

COMPANY POLICY

**POLITICHE E PROCEDURE AZIENDALI
CODICE DI CONDOTTA PROFESSIONALE**

www.team-one.it



FOREVER®

INDICE

1. Introduzione	4
2. Definizioni	6
3. Responsabilità, garanzia, restituzione del prodotto e resi	13
4. Struttura dei Compensi / Piano Marketing.....	15
5. Status e Qualifiche per i Manager	22
6. Leadership Bonus	25
7. Altri Incentivi.....	28
8. Riconoscimenti per i Manager e oltre	29
9. Gem Bonus	34
10. Programma Auto.....	36
11. Chairman's Bonus.....	38
12. Forever Global Rally.....	41
13. Procedure per effettuare gli ordini	43
14. Politiche di Risponsorizzazione	44
15. Politiche di Sponsorizzazione Internazionale.....	46
16. Attività Proibite.....	48
17. Politiche Aziendali	54
18. Requisiti Legali.....	59
19. Clausole Restrittive	61
20. Informazioni Riservate e Accordi di Non divulgazione.....	63
21. Codice di Condotta Professionale	65

In allegato:

- *Condizioni generali di contratto (Scheda di Adesione)*
- *Codice Etico di Comportamento Forever*
- *Codice di Comportamento della Vendita Diretta (AVEDISCO)*

1. INTRODUZIONE

- 1.01** (a) Forever Living Products Italy S.r.l. (“Forever” o “Azienda” o “FLP”) fa parte di un gruppo societario multinazionale che si avvale di un sistema di vendita diretta per la promozione dei propri prodotti attraverso una rete di Incaricati Indipendenti. Forever mette a disposizione dei propri Incaricati prodotti di altissima qualità, staff di supporto e un Piano Marketing ben strutturato. FLP con i suoi prodotti, offre ai Clienti e agli Incaricati la possibilità di migliorare la qualità della propria vita. Forever offre un’opportunità di successo a chiunque voglia svolgere l’attività di promozione dei suddetti prodotti nel rispetto di quanto previsto dal Contratto, nonché dal Piano Marketing e dal presente documento. A differenza di molte altre attività, non vi è un rischio finanziario per l’Incaricato, dal momento che non è richiesto alcun investimento per l’avvio e lo svolgimento della stessa, fatta eccezione per le spese vive che l’Incaricato riterrà di sostenere. L’Azienda garantisce inoltre una libera politica di cessazione/interruzione dello svolgimento dell’attività stessa.
- (b) La “filosofia” di Forever non prevede che un Incaricato possa avere successo senza svolgere con diligenza l’attività. Il sistema di compensi di FLP si basa sulla raccolta di ordini generati dall’attività promozionale svolta dagli Incaricati, sia direttamente (personalmente), che indirettamente (dagli altri Incaricati che compongono la struttura di vendita dell’Incaricato). Un Incaricato svolge l’attività in maniera autonoma e le possibilità di guadagno del medesimo dipendono esclusivamente dal proprio impegno personale nello svolgimento dell’attività stessa.
- (c) Forever vanta una lunga storia di successi. L’obiettivo primario del Piano Marketing Forever è quello di promuovere la raccolta di ordini e l’uso di prodotti di alta qualità da parte dei consumatori. Gli Incaricati hanno come obiettivo principale la promozione e l’uso dei prodotti da parte dei consumatori finali.
- (d) Gli Incaricati a prescindere dal livello raggiunto nell’ambito del Piano Marketing Forever sono incoraggiati a promuovere personalmente la raccolta di ordini.
- (e) Gli Incaricati di successo acquisiscono una conoscenza effettiva del mercato e dei prodotti partecipando ad incontri di informazione e formazione, mantenendo la propria rete di clienti al dettaglio e Sponsorizzando altri Incaricati alle Vendite.
- (f) L’Incaricato alle Vendite che avesse domande o bisogno di chiarimenti può contattare l’Azienda o l’Assistenza Clienti al numero 06 88.69.81.

- 1.02** (a) La presente Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) è stata aggiornata per fornire regole di comportamento finalizzate ad implementare (ed a far rispettare) corrette procedure di promozione dei prodotti, di attività di marketing e per evitare il possibile verificarsi di attività illecite da parte degli Incaricati. La Company Policy è stata nel tempo rivista, modificata e vi sono state apportate delle integrazioni. Ogni eventuale futura revisione, modifica ed integrazione verrà pubblicata sul sito aziendale ufficiale www.foreverliving.com ed entrerà in vigore trenta (30) giorni dopo la pubblicazione.
- (b) Ogni Incaricato è tenuto a conoscere e leggere con la necessaria cura ed attenzione i contenuti della Company Policy nonché a controllare con la dovuta assiduità ed a prendere debita nota delle eventuali revisioni, modifiche ed integrazioni pubblicate nel predetto sito Internet.
- (c) Ogni Incaricato, al momento della sottoscrizione della Scheda di Adesione, accetta di (e si obbliga a) rispettare la Company Policy.
- (d) Qualsiasi atto e/o omissione, da parte dell'Incaricato, in violazione della Company Policy verrà esaminato da FLP e potrà portare alla risoluzione del contratto di Incaricato.

2. DEFINIZIONI

Area: regione geografica nella quale risiede l'Incaricato.

CC, Case Credit: l'unità di misura attraverso la quale viene assegnato un valore a ciascun prodotto Forever per calcolare l'attività di vendita del singolo Incaricato e, quindi, al fine di determinare gli avanzamenti di livello di quest'ultimo, nonché le provvigioni, i Bonus, i premi e gli incentivi, come stabilito nel Piano di Marketing FLP. Un Case Credit viene assegnato ogni €300 circa (importo comprensivo di IVA ed al netto delle spese di spedizione e consegna) di Vendite Accreditate. Tutti i Case Credits sono calcolati su base mensile.

(a) **Case Credits Attivi:** lo stato di Attivo viene determinato ogni mese dalla somma dei Case Credits Personali e dei Case Credits da Promoter, nonché Premium e Gold.

(b) **Leadership Case Credits:** Case Credits assegnati ad un Manager Qualificato come Attivo al LB calcolati al 40%, 20% o 10% sui Personali e Non-Manager della propria 1°, 2° o 3° Generazione di Manager Attiva, rispettivamente.

(c) **Promoter Case Credits:** Case Credits derivanti dagli Acquisti di Promoter personalmente Sponsorizzati fino al raggiungimento del livello di Assistant Supervisor.

(d) **Premium/Gold Case Credits:** Case Credits derivanti da acquisti derivanti da Clienti Premium e Gold personalmente Sponsorizzati.

(e) **Non-Manager Case Credits:** Case Credits derivanti da Vendite Personalmente Accreditate della Downline di un FBO che non sia sotto una Downline Manager.

(f) **Pass-Thru Case Credits:** Case Credits derivanti dalle Vendite Personali Accreditate di una Downline Non-Manager che passa attraverso un Manager inattivo. Questi non vengono conteggiati come Case Credits Non-Manager per la qualificazione di eventuali incentivi; tuttavia vengono calcolati come parte dei Total Case Credits Manager.

(g) **Case Credits Personali:** Case Credits derivanti dagli Acquisti Personali dell'FBO o anche derivanti da acquisti effettuati da Clienti Club.

(h) **Case Credits Totali:** la somma totale di tutti i vari Case Credits dell'FBO.

(i) **Nuovi Case Credits:** i Case Credits generati da Clienti Premium, Gold e da linee di FBO Sponsorizzate personalmente da un Manager per 12 mesi di elaborazione o, se dovesse accadere prima dello scadere del periodo indicato, fino alla qualifica Manager di quelle stesse linee.

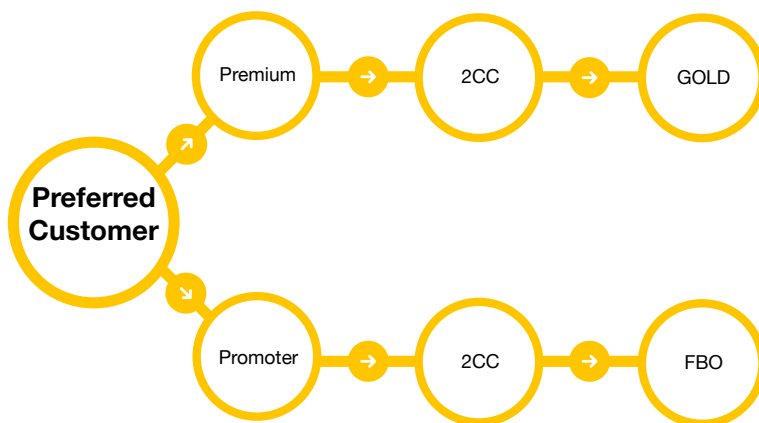
Chairman's Bonus: incentivo calcolato sul numero totale dei Case Credits accumulati come stabilito nel relativo regolamento (11.01 (e)).

Cliente Club: un cliente al dettaglio così identificato in Italia, è colui che acquista i prodotti FLP sottoscrivendo un ordine di acquisto inviato alla Forever. Un Cliente Club non è legato ad alcuno Sponsor ed ha pertanto facoltà di rivolgersi ad un Incaricato di Vendite differente per ogni ordine di acquisto che intenda sottoscrivere. Ha altresì facoltà di evolvere in Cliente Premium e Gold o di diventare Promoter sottoscrivendo un'apposita Scheda di Adesione da Incaricato FLP, avendo come Sponsor chiunque sia di suo gradimento.

Cliente Premium:** un cliente al dettaglio così identificato in Italia, è colui che acquista i prodotti FLP sottoscrivendo un ordine di acquisto inviato alla Forever pari o superiore a 0,5 Case Credit beneficiando subito del 5% di sconto. Ha facoltà di evolvere in Cliente Gold cumulando 2 Case Credits totali nell'arco di 1 o 2 mesi solari consecutivi o intraprendere l'Attività in qualità di Promoter sottoscrivendo un'apposita Scheda di Adesione da Incaricato FLP.

Cliente Gold:** un cliente al dettaglio così identificato in Italia, è colui che acquistando i prodotti FLP in qualità di Cliente Premium arriva a cumulare 2 Case Credits nell'arco di 1 o due mesi solari consecutivi beneficiando, dall'ordine successivo, del 30% di sconto. Ha facoltà di intraprendere l'Attività in qualità di Assistant Supervisor sottoscrivendo un'apposita Scheda di Adesione da Incaricato FLP.

** Cliente Privilegiato (Preferred Customer): il cliente al dettaglio non è identificato in Italia rispetto agli altri paesi. Questa qualifica nel nostro piano marketing è paragonabile al cliente Premium e al cliente Gold.



Condizioni Generali di Acquisto: l'insieme di termini e condizioni che disciplinano il rapporto contrattuale tra FLP ed ogni Acquirente, quali riportati su ogni blocco modulo d'ordine e sul sito <http://shop.foreverliving.it>.

Condizioni Generali di Contratto: l'insieme di termini e condizioni che disciplinano il rapporto contrattuale tra FLP ed ogni Incaricato, quali riportati sulla Scheda di Adesione.

Downline: tutti gli FBO Sponsorizzati da un FBO e le relative generazioni a seguire.

Eagle Manager: un Manager che si è qualificato per l'incentivo "Eagle".

Esonero: viene riconosciuto all'FBO che raggiunge determinati requisiti per qualificarsi ad un Bonus in un determinato Paese, tali requisiti verranno accettati in sostituzione dei requisiti per il Mese successivo in altri Paesi in cui l'FBO svolge l'attività.

(a) **Esonero dei 4 CC Attivi:** un FBO che è Attivo con 4 CC, Personali e da Promoter/Premium/Gold, nel suo Paese di Competenza riceverà un Esonero dei 4 CC Attivi per il Mese successivo in tutte le altre Sedi.

(b) **Esonero per la Qualifica al Leadership Bonus:** un Manager Riconosciuto Attivo, o che abbia ricevuto un Esonero dei 4 CC Attivi, e soddisfa i requisiti dei CC Personali/Non-Manager per il Leadership Bonus in qualunque Paese durante il Mese corrente riceverà un Esonero per il Leadership Bonus nel Mese successivo in tutte le altre Sedi.

FBO Attivo: un FBO è considerato Attivo con 4 o più Case Credits durante un Mese nel proprio Paese di Origine, almeno uno dei 4 Case Credits deve essere Personale (ordini personali e/o di Cliente Club), i restanti Case Credits da attività di promozione di vendita diretta (attraverso gli acquisti di nuovi Promoter e/o Clienti Club, Clienti Premium/Gold sponsorizzati direttamente). Lo stato Attivo di un FBO viene stabilito ogni Mese e fa parte del requisito di qualifica per ricevere Bonus di Volume e di Leadership, Gem Bonus, Programma Auto, Eagle Manager Status, rimborsi spese per il Global Rally e il Chairman's Bonus.

FBO Risponsorizzato: un FBO che ha cambiato il suo Sponsor dopo 12 mesi di inattività.

Filiale di Competenza: la società con la quale uno o più Paesi utilizzano un singolo database per calcolare gli avanzamenti del livello di vendita, i pagamenti dei Bonus e le qualifiche di incentivo.

Forever Business Owner (FBO, ogni Incaricato alle Vendite da AS in su): colui che è titolare della propria attività di Incaricato alle Vendite e si qualifica Assistant Supervisor.

Gem Manager: un Manager che ha sviluppato almeno 9 Manager Sponsorizzati Riconosciuti di 1° Generazione.

Generazione: la posizione gerarchica nella quale si colloca l'Incaricato rispetto alla propria Upline.

Incentivo Chairman's: il totale dei Case Credits generati, come da regole del Chairman's Bonus che servono a determinare la quota dell'FBO rispetto all'intero Bonus.

Incaricato alle Vendite: definito, in Italia, ai sensi della Legge n.173/2005 come "Incaricato

alle Vendite Dirette a Domicilio”, è una persona maggiorenne che ha sottoscritto presso Forever, la Scheda di Adesione ed abbia conseguentemente ricevuto il tesserino di riconoscimento per poter svolgere l’attività. Gli Incaricati hanno la facoltà, esclusivamente per uso personale e/o dimostrativo e/o di campionario nell’ambito dell’attività di promozione finalizzata alla raccolta di ordini presso i consumatori finali, di acquistare i prodotti direttamente dall’Azienda.

Manager Ereditato: un Manager viene considerato Ereditato se il suo Sponsor cessa il rapporto contrattuale con Forever o si Risponsorizza. (vedi 5.04)

Manager Non Riconosciuto: Non appena un FBO con la propria Downline genera 120 Case Credits Personali e Non-Manager in 1-2 mesi consecutivi, o 150 Case Credits Personali e Non-Manager entro 3-4 mesi consecutivi, e l’FBO non soddisfa i restanti requisiti per diventare Manager Riconosciuto, diventa un Manager Non Riconosciuto. (vedi 5.02)

Manager Riconosciuto: un FBO diventa un Manager Riconosciuto e riceve una spilla dorata da Manager quando:

- 1) Raggiunge 120 CC di Vendite Accreditate Personali e Non-Manager in 1-2 Mesi consecutivi o 150 CC di Vendite Accreditate Personali e Non-Manager in 3-4 Mesi consecutivi
- 2) È Attivo ogni Mese del periodo di qualifica
- 3) Non ci sono altri FBO nella propria Downline che si qualificano Manager nello stesso periodo. (vedi 5.01)

Manager Sponsorizzato: un Manager diventa Sponsorizzato dal diretto Sponsor in Upline quando:

- 1) Si qualifica come Manager Riconosciuto, oppure
- 2) Si riqualifica come Manager Sponsorizzato dallo Status di Manager Ereditato o Trasferito. (vedi 5.03)

Manager Trasferito: un Manager viene considerato Trasferito in linea con la Politica descritta nella sezione 4.01(h) finché non si riqualifichi come Manager Sponsorizzato in ogni singolo Paese. (vedi 5.04)

Mese: un mese solare (es. dall’1 al 31 gennaio)

Promoter: colui che ha sottoscritto la Scheda di Adesione e ha diritto al 5% di Sconto sui propri acquisti per uso personale fino al conseguimento dei 2 Case Credits in uno o due mesi consecutivi e svolge l’attività di Incaricato di FLP. I 2 Case Credits personali possono essere raggiunti anche attraverso la raccolta di ordini da Clienti Club.

Paese di Competenza: il paese designato dall’FBO in cui deve qualificarsi per ricevere l’Esonero per tutti gli altri Paesi FLP.

Paese di Qualifica: qualsiasi Paese Partecipante utilizzato come Paese di Qualificazione per l’Incentivo Chairman’s Bonus.

Paese Partecipante: un Paese che si è qualificato per l'Incentivo Chairman's Bonus che ha generato almeno 3.000 CC in un periodo di tre mesi durante il precedente anno solare (3.000 CC in un periodo di due mesi se si sta riqualficando) e che ha almeno un FBO qualificato per il Chairman's Bonus.

Paniere: misura aziendale che ha come finalità il controllo del quantitativo di prodotti acquistati per uso personale, soggetto a verifica mensile e su base annuale.

Piano Marketing: disciplina le modalità di calcolo ed il pagamento delle Commissioni, dei Bonus e degli altri Incentivi agli Incaricati.

Prezzo di Vendita Suggesto (SRP): il prezzo, imponibile oneri escluso (IVA, spese di spedizione e di consegna), a cui l'Azienda indica che debba avvenire la vendita al Cliente Club. È su questo prezzo che vengono calcolati tutti i Bonus e le Commissioni spettanti all'Incaricato.

Programma Auto: un incentivo extra all'FBO qualificato, della durata di 36 mesi.

Provvigione: corrispettivo provvigionale derivante dallo svolgimento dell'attività di Incaricato, composto, ai fini del Piano Marketing di Forever, da "Commissioni" e "Bonus".

(a) **Commissione:** compenso pagato all'Upline Sponsor.

1. Commissione su ordine personalmente promosso: 30% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna.

2. Commissione su ordine da Cliente Club: 30% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna.

3. Commissione su ordine da Cliente Premium: 25% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna.

4. Commissione su ordine da Promoter: 25% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna.

5. Commissione su ordine da Cliente Club di un Promoter Sponsorizzato personalmente: 25% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna.

(b) **Bonus su cliente Premium:** compenso provvigionale pagato all'FBO, pari al 5-18% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna secondo il Piano Marketing, rispetto al Prezzo di Vendita Suggesto (SRP), per gli ordini effettuati dai Clienti Premium Sponsorizzati personalmente.

(c) **Bonus su cliente Gold:** compenso provvigionale pagato all'FBO, pari al 5-18% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna secondo il Piano Marketing, rispetto al Prezzo di Vendita Suggesto (SRP), per gli ordini effettuati dai Clienti Gold Sponsorizzati personalmente.

(d) **Bonus su Promoter:** compenso provvigionale pagato all'FBO, pari al 5-18% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna secondo il Piano Marketing, rispetto al Prezzo di Vendita Suggesto (SRP), per gli ordini effettuati dai Promoter Sponsorizzati personalmente.

(e) **Bonus di Volume (BV):** compenso provvigionale pagato all'FBO Attivo pari al 3-13% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna secondo il Piano Marketing, rispetto al Prezzo di Vendita Suggesto (SRP), di Vendite

Personali Accreditate della propria Downline che non sia sotto una Downline Manager Attiva.

(f) **Leadership Bonus (LB)**: compenso provvigionale pagato ad un Manager Riconosciuto Attivo del 6-3-2% del prezzo di acquisto, al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna, rispetto al Prezzo Di Vendita Suggesto (SRP), di Vendite Personali Accreditate della propria Downline Manager e degli FBO presenti nella stessa Downline.

Qualificato al Leadership Bonus (LBQ): un Manager Riconosciuto che si qualifica per ricevere il Leadership Bonus per il Mese.

Risponsorizzazione: si intende di un cliente club sia online che cartaceo, il cambio di Sponsor da parte di un Incaricato, di un Cliente Premium o di un Cliente Gold.

Scheda di Adesione: documento contrattuale che l'interessato è tenuto a compilare e a sottoscrivere al fine di ottenere il conferimento dell'incarico alle vendite FLP. La scheda di adesione include l'autocertificazione in ordine al possesso dei requisiti di legge (anche di onorabilità) che gli incaricati devono sempre possedere al momento della sottoscrizione del contratto e che devono conservare per poter svolgere la propria attività.

Sconto Personale: uno Sconto sul Prezzo Suggesto di Vendita, e, che varia in relazione al livello raggiunto dall'incaricato, nel piano marketing in vigore.

Sponsor: chi ha iscritto personalmente, sponsorizzando, un altro Incaricato alle Vendite e/o Cliente.

Sponsorizzazione: attività o cliente di iscrizione (inserimento) effettuata dallo Sponsor.

Starter Kit: il "kit" composto dal materiale cartaceo o online informativo sull'Azienda, relativamente ai prodotti e al Piano Marketing di cui ogni Incaricato necessita per lo svolgimento dell'Attività.

Upline: gli FBO nella genealogia al di sopra di un FBO.

Vendite Accreditate: vendite andate a buon fine misurate in Casa Credit in Case Credits (vendite andate a buon fine).

Vendite Personali Accreditate: i Case Credits dell'attività di vendita dell'FBO derivanti dalla raccolta di ordini di acquisto, da parte di consumatori finali, personalmente promosse dall'Incaricato.

Viaggio Premio: viaggio per due persone, riconosciuto all'FBO che raggiunge uno dei vari programmi di incentivazione presenti nel Piano Marketing.

Webstore; E-commerce: il sito online ufficiale attraverso il quale effettuare gli acquisti dei prodotti FLP: <http://shop.foreverliving.it>.

3. RESPONSABILITÀ, GARANZIA, RESTITUZIONE DEL PRODOTTO E RESI

- 3.01** In ottemperanza al decreto legislativo n°206 del 6 settembre 2005 (“Codice del Consumo”), FLP fornisce informazioni accurate e complete circa proprietà, luogo di fabbricazione, e modalità d’impiego di ogni suo prodotto, nell’ottica di tutelare il consumatore finale.
- 3.02** Tra le altre cose, FLP garantisce che i prodotti siano immuni da difetti di conformità, secondo quanto previsto dalla legislazione vigente (Art.128 e ss. del Codice del Consumo).

Clienti/Incaricati alle Vendite:

- 3.03** L’Azienda garantisce l’esercizio del diritto di recesso, da esercitarsi entro trenta (30) giorni dalla data di consegna dei prodotti stessi. Si riportano, qui di seguito, le condizioni applicabili all’esercizio del diritto di recesso:

(a) È necessario inviare un’apposita comunicazione scritta a FLP, tramite e-mail al seguente indirizzo: assistenza@foreverliving.it.

(b) Occorre fornire a FLP una valida prova d’acquisto del/i prodotto/i.

(c) L’acquirente dovrà restituire i beni perfettamente integri e completi di tutte le loro parti, accessori, dotazioni e documentazione nonché confezionati negli imballi originali, custoditi con la normale diligenza, senza danni e/o segni di usura e/o sporcizia. Non verranno considerati integri i beni mancanti dell’imballo o mancanti di elementi e/o accessori tali da annullarne il valore ovvero i beni anche in piccola parte danneggiati.

(d) L’acquirente sarà tenuto alla restituzione dei beni e dovrà consegnarli/rispedirli al Venditore entro quattordici (14) giorni dal giorno in cui ha comunicato il recesso a Forever.

(e) I costi della restituzione dei beni saranno a carico dell’acquirente; la spedizione, fino all’attestato di avvenuto ricevimento presso Forever, è sotto la completa responsabilità dell’acquirente.

(f) Solo dopo la ricezione dei beni e dopo aver verificato positivamente il rispetto dei termini e delle modalità per l’esercizio del diritto di recesso, nonché l’integrità dei beni stessi, verranno rimborsati all’acquirente i pagamenti effettuati.

(g) Salvo diverso accordo scritto eventualmente intercorso tra Forever e l’acquirente, i rimborsi verranno effettuati con lo stesso mezzo di pagamento utilizzato dall’acquirente per la transazione iniziale.

3.04 In ogni caso, tali disposizioni che disciplinano l'esercizio del diritto di recesso sono contenute nel modulo d'ordine che i clienti di Forever sottoscrivono ed accettano quando procedono all'acquisto di prodotti FLP.

3.05 (a) Ai sensi dell'Art.4, comma 3, della Legge n.173/2005, l'Incaricato ha diritto di recedere dall'incarico, senza obbligo di motivazione, entro dieci (10) giorni lavorativi dalla stipula (comma 2). In tale caso, l'Incaricato sarà tenuto a restituire a sua cura e spese i beni e i materiali da dimostrazione eventualmente acquistati e l'Azienda, entro trenta (30) giorni dalla restituzione dei beni e dei materiali, rimborserà all'Incaricato le somme da questi eventualmente pagate. Il rimborso è subordinato all'integrità dei beni e dei materiali restituiti. In tale ipotesi, l'Incaricato dovrà inviare a Forever la relativa comunicazione scritta, inviando la dichiarazione di Cessazione Volontaria dell'Attività attraverso l'apposito modulo via email ad [assistenzaponsor@foreverliving.it](mailto:assistenzasponsor@foreverliving.it), oppure recapitata a mezzo posta all'attenzione dell'ufficio Assistenza Clienti al seguente indirizzo: Forever Living Products Italy S.r.l. Via del Casaleto, 305 - 00151, Roma. Dovrà altresì contestualmente inviare comunicazione dettagliata di restituzione all'indirizzo e-mail assistenza@foreverliving.it o a mezzo posta presso gli stessi stabili all'attenzione dell'ufficio Assistenza Clienti.

(b) In aggiunta a tale diritto di recesso, all'Incaricato è in ogni caso riconosciuto, per qualsiasi causa di cessazione del proprio rapporto contrattuale con Forever, il diritto di restituzione e, entro trenta (30) giorni, alla rifusione del prezzo relativamente ai beni ed ai materiali integri eventualmente posseduti.

(c) Se i Case Credits sono stati utilizzati per il raggiungimento di qualsiasi qualifica dell'FBO o Upline, tali qualifiche potranno essere ricalcolate dopo aver detratto i Case Credits per determinare se le stesse possano mantenersi valide.

(d) Resta inteso che se un FBO che receda restituisce a Forever un Combo Pak e del prodotto risulta mancante, il rimborso e gli addebiti alle Upline saranno calcolati come se fosse stato restituito l'intero Combo Pak detraendo il prezzo dei componenti mancanti dal rimborso eventualmente spettante.

3.06 Garanzia e Sostituzione del Prodotto

FLP garantisce la soddisfazione del 100% del prodotto. Entro trenta (30) giorni dalla data di acquisto, un Cliente e/o Incaricato alle vendite può:

1) Ottenere una nuova sostituzione per qualsiasi prodotto difettoso;

2) Annullare l'acquisto, restituire il prodotto e ottenere un rimborso completo del prezzo di acquisto, esclusa le spese di spedizione.

(b) In tutti i casi, è necessario dare un avviso adeguato, una prova di acquisto e una restituzione tempestiva del prodotto alla fonte di acquisto. FLP si riserva il diritto di rifiutare le sostituzioni ripetitive e ravvicinate.

(c) Quando i prodotti FLP vengono acquistati attraverso il sito della Società e successivamente restituiti per il rimborso, il profitto e il bonus erogati verranno addebitati agli FBO che hanno beneficiato della vendita

4. STRUTTURA DEI COMPENSI / PIANO MARKETING

4.01 Il **Promoter** in Italia è a tutti gli effetti un Incaricato alle Vendite (disciplinato secondo la Legge n.173/2005), addetto alla raccolta ordini dei soli Clienti Club. Diventa un Forever Business Owner (FBO) dal livello di Assistant Supervisor, acquisendo il diritto di Sponsorizzare Clienti Premium e altri Incaricati alle Vendite, entrando a tutti gli effetti all'interno del Piano Marketing.

1. Quando un Promoter acquista prodotti per uso personale, beneficia di una percentuale di sconto del 5%, e di una commissione del 5% sugli ordini dei clienti club sponsorizzati. Inoltre l'Azienda paga una Commissione del 25% sugli acquisti personali fatti dal Promoter, e sugli ordini fatti dei Clienti Club sponsorizzati dal Promoter, direttamente all'Upline Sponsor FBO fino a quando il Promoter non raggiunge i 2 CC Personali in 1 o 2 mesi consecutivi.

2. Sull'ordine che permette di raggiungere i 2 Case Credits viene calcolata, sulla sua totalità, la percentuale di Sconto del 5%. La restante differenza delle Provvigioni sulla parte eccedente di tale ordine verrà riconosciuta nel Mese successivo alla chiusura di quello di competenza dell'ordine stesso.

3. Un Promoter, non potendo Sponsorizzare altri Promoter, può raggiungere i 2 Case Credits in 1 o 2 mesi consecutivi, tramite la raccolta di ordini presso Clienti Club e/o acquisti Personali.

		Assistant Manager * 75CC		Manager * 120CC / **150CC
			43%	48%
	Supervisor * 25CC		5%	5%
Assistant Supervisor * 2CC		38%	5%	10%
		35%	3%	8%
				13%
Promoter				
Clienti Club				

* in 1 o 2 mesi consecutivi ** in 3 o 4 mesi consecutivi

(a) **Assistant Supervisor** si ottiene generando un totale di 2 Case Credits Personali e Non-Manager in un qualsiasi Paese in 1 o 2 Mesi consecutivi. L'Incaricato alle Vendite qualificatosi come Assistant Supervisor riceve:

- il 30% di Commissioni che in Italia equivale ad uno sconto personale sull'acquisto dei prodotti, più il 5% di Bonus sulle vendite accreditato se attivo con i 4 Case Credits nel mese di riferimento;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Promoter personalmente sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter personalmente sponsorizzati spetta se attivo con i 4 Case Credits nel mese di competenza;
- il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter e Clienti Club da parte degli Ass. Supervisor inattivi in down-line.
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati se attivo con i 4 Case Credits nel mese di competenza;
- il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Gold personalmente Sponsorizzati se attivo con i 4 Case Credits nel mese di competenza;
- il 30% di Commissioni sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;
- il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti da Clienti Club se attivo con i 4 Case Credits nel mese di competenza.
- 5% di Bonus Volume sugli acquisti di Promoter, Clienti Premium, Clienti Gold e Clienti Club non percepiti dagli Assistant Supervisor della downline inattivi.

(b) **Supervisor** si ottiene generando un totale di 25 Case Credits Personali e Non-Manager in 1 o 2 Mesi consecutivi. L'Incaricato alle Vendite qualificatosi come Supervisor riceve:

- il 30% di Commissioni più l'8% di Bonus sulle Vendite Personalmente Accreditate, che in Italia equivale ad uno Sconto personale totale del 38%;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Promoter personalmente Sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- l'8% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati;
- l'8% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Gold personalmente Sponsorizzati;
- il 30% di Commissioni sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;

- l'8% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;
- l'8% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter personalmente Sponsorizzati;

Il **Supervisor** attivo riceve inoltre:

- il 3% di Bonus Volume sulle Vendite Accreditate degli Assistant Supervisor personalmente Sponsorizzati e le loro Downlines.

il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter, Clienti Premium, clienti Gold e Clienti Club da parte degli Ass. Supervisor inattivi in down-line personalmente sponsorizzati;

- 5% di Bonus Volume sugli acquisti di Promoter, Clienti Premium, Clienti Gold e Clienti Club non percepiti dagli Assistant Supervisor della downline inattivi.

(c) **Assistant Manager** si ottiene generando un totale di 75 Case Credits Personali e Non-Manager in 1 o 2 Mesi consecutivi. L'Incaricato alle Vendite qualificatosi come Assistant Manager riceve:

- il 30% di Commissioni più il 13% di Bonus sulle Vendite Personalmente Accreditate, che in Italia equivale ad uno Sconto personale totale del 43%;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Promoter personalmente sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 13% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter personalmente Sponsorizzati;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 13% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Gold personalmente Sponsorizzati;
- il 30% di Commissioni sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;
- il 13% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;
- il 13% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati;

L'**Assistant Manager** attivo riceve inoltre:

- il 5% di Bonus Volume sulle Vendite Accreditate dei Supervisor personalmente Sponsorizzati e le loro Downlines;

- l'8% di Bonus Volume sulle Vendite Accreditate degli Assistant Supervisor personalmente Sponsorizzati e le loro Downlines.
- 5% di Bonus Volume sugli acquisti di Promoter, Clienti Premium, Clienti Gold e Clienti Club non percepiti dagli Assistant Supervisor della downline inattivi.
- il 5% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter e Clienti Club da parte degli Ass. Supervisor inattivi in down-line.

(d) **Manager** si ottiene generando un totale di 120 Case Credits Personali e Non-Manager in 1 o 2 Mesi consecutivi, oppure 150 Case Credits Personali e Non-Manager in 3 o 4 Mesi consecutivi. L'Incaricato alle Vendite qualificatosi come Manager Riconosciuto riceve:

- il 30% di Commissioni più il 18% di Bonus sulle Vendite Personalmente Accreditate, che in Italia equivale ad uno Sconto personale totale del 48%;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Promoter personalmente Sponsorizzati che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 18% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter personalmente Sponsorizzati;
- il 25% di Commissioni sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente che acquistano con uno sconto del 5%;
- il 18% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Premium personalmente Sponsorizzati;
- il 18% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Clienti Gold personalmente Sponsorizzati;
- il 30% di Commissioni sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;
- il 18% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti da Clienti Club personalmente Sponsorizzati;
- il 18% di Bonus Personale ulteriore sugli Acquisti dei Promoter personalmente Sponsorizzati;

Il **Manager** attivo riceve inoltre:

- il 5% di Bonus Volume sulle Vendite Personali Accreditate degli Assistant Manager personalmente Sponsorizzati e le loro Downlines;
- il 10% di Bonus Volume sulle Vendite Personali Accreditate dei Supervisor personalmente Sponsorizzati e le loro Downlines;

- il 13% di Bonus Volume sulle Vendite Personali Accreditate degli Assistant Supervisor personalmente Sponsorizzati e le loro Downlines.
 - 5% di Bonus Volume sugli acquisti di Promoter, Clienti Premium, Clienti Gold e Clienti Club non percepiti dagli Assistant Supervisor della downline inattivi.
- (e) I Case Credits provenienti da più Paesi possono essere cumulati per qualificarsi Supervisor, Assistant Manager e Manager. Il livello di Assistant Supervisor può essere raggiunto solo con Case Credits generati in un unico Paese.
- (f) I Case Credits provenienti da più Paesi non possono essere cumulati per la qualificazione agli Incentivi, fatta eccezione del Global Rally e dei Nuovi Case Credits richiesti per l'Eagle Manager e per il Chairman's Bonus.
- (g) Si può usufruire di uno o due Mesi consecutivi per accumulare i Case Credits necessari al raggiungimento dei livelli di Assistant Supervisor, Supervisor, Assistant Manager o per i 120 CC Manager; la qualifica di Manager può essere anche raggiunta accumulando 150 CC in tre o quattro Mesi consecutivi.
Se i Case Credits utili alla qualifica sono generati in un unico Paese, questa avviene nella data esatta in cui vengono accumulati i Case Credits sufficienti per raggiungere il livello specificato e dal 15 del Mese successivo in tutti gli altri Paesi. Se i Case Credits necessari al raggiungimento della qualifica sono stati generati in diversi Paesi, tale qualifica avverrà in tutti gli altri Paesi il 15 del Mese successivo al raggiungimento dei Case Credits accumulati.
- (h) Un FBO che si qualifica Manager Riconosciuto come descritto nella sezione 4.01, viene classificato come Sponsorizzato o Trasferito come segue:
- 1) Se i 120 o 150 Case Credits sono generati in un singolo Paese e l'FBO è Attivo nel suo Paese di Competenza durante il periodo di qualifica, l'FBO deve essere classificato come Manager Sponsorizzato sia nel Paese in cui sono stati generati i 120 o 150 Case Credits sia nel suo Paese di Competenza e come Manager Trasferito in tutti gli altri Paesi.
 - 2) Se i 120 o 150 Case Credits sono generati in più Paesi, l'FBO deve essere classificato come Manager Sponsorizzato nel proprio Paese di Competenza e come Manager Trasferito in tutti gli altri Paesi.
- (i) I Case Credits derivanti da acquisti di Clienti Club, Promoter, nonché da Clienti Premium e Gold, sono considerati utili allo Sponsor in Upline a soddisfare il requisito dei 4 CC per risultare Attivo, esclusivamente nel Paese in cui sono stati accumulati.
- (j) Uno Sponsor riceve tutti i Case Credits di qualsiasi Promoter Sponsorizzato personalmente e del gruppo Downline da questo derivante fino a quando il Pro-

moter raggiunga il livello di Manager. Successivamente, se lo Sponsor si qualifica al Leadership Bonus, riceve i Leadership Case Credits pari al 40% dei Case Credits Personali e Non-Manager del primo Manager, qualificato al Leadership Bonus, e su ogni sua linea di Sponsorizzazione, il 20% dei Case Credits Personali e Non-Manager della seconda linea Manager, qualificato al Leadership Bonus, e su ogni sua linea di Sponsorizzazione e il 10% dei Case Credits Personali e Non-Manager della seconda linea Manager, qualificato al Leadership Bonus, e su ogni sua linea di Sponsorizzazione.

(k) Un FBO non può raggiungere una qualifica superiore rispetto al proprio Sponsor fino al livello di Manager del Piano Marketing.

(l) Non è necessario riqualificarsi per un determinato livello all'interno del Piano Marketing una volta che è stato raggiunto a meno che l'Attività Forever sia stata terminata o che l'FBO sia stato Risponsorizzato.

4.02 Politica dei 6 e dei 36 mesi per i Promoter

(a) Un Promoter che sia stato Sponsorizzato e per sei (6) Mesi di calendario completi non abbia raggiunto il livello di Assistant Supervisor avrà diritto a scegliere un nuovo Sponsor.

(b) Un Promoter che sceglie un nuovo Sponsor perderà eventuali precedenti Downlines e Case Credits accumulati e sarà considerato idoneo come Nuova Sponsorizzazione per tutti gli incentivi applicabili.

(c) Un Cliente Premium che sia stato Sponsorizzato e per sei (6) Mesi di calendario completi a partire dal suo primo ordine non sia diventato Cliente Gold avrà diritto a scegliere un nuovo Sponsor.

4.03 Qualifica dell'Attività

(a) Per qualificarsi per i Bonus e gli Incentivi, fatta eccezione di Sconti e Bonus Personali e delle Commissioni e Bonus su Promoter e Clienti Club, Premium e Gold, un FBO deve essere Attivo e soddisfare tutti gli altri requisiti previsti dal Piano Marketing durante il Mese di calendario in cui i Bonus sono stati accumulati. Tutti i Case Credits vengono calcolati su base mensile.

(b) Per essere considerato Attivo per il Mese nel suo Paese di Competenza (paese in cui ha la residenza e/o sviluppa la sua attività), un FBO deve avere un Totale di 4 Case Credits Attivi durante quel Mese, almeno uno dei quali sia un Case Credit Personale (acquisti personali e/o Clienti Club). Per essere considerato Attivo per il Mese in un Paese Estero, deve essere qualificato come Attivo nel Paese di Competenza durante il Mese precedente.

(c) Agli Assistant Supervisor, ai Supervisor, Assistant Manager e Manager che non raggiungono lo stato di Attivo non verrà pagato il Bonus di Volume per quel mese e non saranno considerati FBO Attivi. Eventuali Bonus di Volume non acquisiti verranno corrisposti al primo Incaricato Attivo in linea di successione e così via alla relativa Upline.

(d) Un Incaricato alle Vendite che perde qualsiasi Bonus di Volume può riqualficarsi il Mese successivo (senza alcuna applicazione retroattiva) come Attivo.

4.04 Pagamento e Calcolo di Bonus e Commissioni

(a) Tutti gli importi spettanti agli Incaricati sono calcolati sulla base del Prezzo di Vendita Suggesto (sui prodotti Forever che hanno un valore in Case Credits), come esposto nel riepilogo mensile dell'FBO (Bonus Recap), al netto di IVA e delle spese di spedizione e consegna.

(b) Sconti e Bonus sono calcolati in base al livello raggiunto al momento dell'accettazione dell'ordine. Maggiori Sconti e Bonus vengono riconosciuti dalla data di qualifica ad un livello superiore.

(c) Un Incaricato non riceve un Bonus di Volume su alcun FBO nel suo gruppo Sponsorizzato che sia al suo stesso livello nel Piano Marketing. Tuttavia, riceverà tutti i Case Credits da essi provenienti per qualifiche successive e altri incentivi.

(d) I Bonus sulle Vendite Accreditate relative al Mese precedente vengono pagati o accreditati direttamente tramite bonifico bancario il 15 del Mese successivo. Esempio: i bonus per gli acquisti (le vendite) di gennaio vengono pagati il 15 di febbraio.

(e) Viene garantita come valuta per i beneficiari del bonifico bancario il giorno 15, indipendentemente dalla data in cui il bonifico è stato eseguito.

(f) In caso di assenza di informazioni per poter eseguire il pagamento, il saldo delle provvigioni maturate rimane presso l'Azienda a disposizione dell'Incaricato alle Vendite fino a nuove istruzioni.

4.05 Politica dei 36 mesi per un FBO

(a) Un FBO che non ha effettuato un acquisto personale (acquisto per uso personale e/o di Cliente Club) per trentasei (36) Mesi di calendario consecutivi perderà tutte le Downlines Sponsorizzate che passeranno al suo primo FBO in Upline.

(b) Se l'FBO ha dei Manager di prima generazione nel suo gruppo, questi Manager saranno classificati come Manager Ereditati dal nuovo Sponsor.

5. STATUS E QUALIFICHE PER I MANAGER

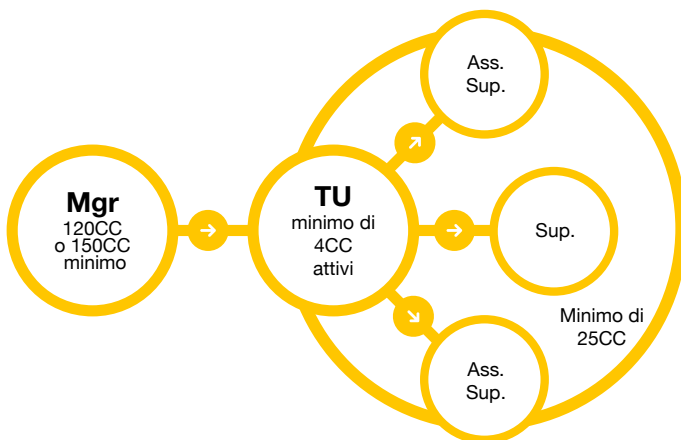
5.01 Manager Riconosciuto

(a) Un FBO diventa un Manager Riconosciuto e riceve una spilla dorata da Manager quando:

- 1) Raggiunge 120 CC di Vendite Accreditate Personali e Non-Manager in 1-2 Mesi consecutivi o 150 CC di Vendite Accreditate Personali e Non-Manager in 3-4 Mesi consecutivi, e
- 2) È Attivo ogni Mese del periodo di qualifica, e
- 3) Non ci sono altri FBO nella propria Downline che si qualifichino Manager nello stesso periodo.

(b) Se l'FBO ha nella propria Downline un FBO che a sua volta si qualifica come Manager in qualsiasi Paese nello stesso periodo, l'FBO diventerà Manager Riconosciuto se:

- 1) È Attivo ogni Mese durante lo stesso periodo, e
- 2) Ha almeno 25 Case Credits Personali e Non-Manager nell'ultimo Mese di qualifica provenienti da FBO che non appartengano alla Downline del Manager che si qualifica nello stesso Mese.



Gli schemi e gli esempi sono qui riportati a scopo esplicativo

5.02 Manager Non Riconosciuto

(a) Non appena un FBO con la propria Downline genera 120 Case Credits Personali e Non-Manager in 1-2 mesi consecutivi, o 150 Case Credits Personali e Non-Manager entro 3-4 mesi consecutivi, e l'FBO non soddisfa i restanti requisiti per diventare Manager Riconosciuto, diventa un Manager Non Riconosciuto.

(b) Un Manager Non Riconosciuto può beneficiare dello Sconto Personale, dei Bonus di Volume e di quelli provenienti da Promoter, Premium e Gold, ma non può qualificarsi per il Leadership Bonus o qualsiasi altro incentivo.

(c) Un Manager Non Riconosciuto può riqualeificarsi come Manager Riconosciuto soddisfacendo i seguenti requisiti:

- 1) Generando un totale di 120 Case Credits Personali e Non-Manager in 1 o 2 mesi consecutivi, o 150 Case Credits Personali e Non-Manager entro 3-4 mesi consecutivi, e
- 2) Essendo Attivo raggiungendo i 4 CC ogni mese nello stesso periodo.

(d) Il periodo di riqualeifica non può iniziare prima dell'ultimo mese della sua qualificazione a Manager Non Riconosciuto.

(e) Se la riqualeifica avviene il Mese immediatamente successivo alla qualifica di Manager Non Riconosciuto, i Case Credits che non sono stati associati al gruppo dell'FBO diventato Manager durante il Mese in cui ha raggiunto la posizione di Manager Non Riconosciuto, possono essere considerati per la riqualeifica come Manager Riconosciuto.

(f) Dalla data in cui un Manager Non Riconosciuto ha generato i Case Credits Personali e Non-Manager necessari, diventa Manager Riconosciuto e inizia ad accumulare Leadership Bonus e Leadership Case Credits sulle Vendite Accreditate fintanto che si qualifica per il Leadership Bonus.

5.03 Manager Sponsorizzato

(a) Un Manager diventa Sponsorizzato dal diretto Sponsor in Upline quando:

- 1) Si qualifica come Manager Riconosciuto, oppure
- 2) Si riqualeifica come Manager Sponsorizzato dallo Status di Manager Ereditato o Trasferito.

(b) Un Manager Sponsorizzato può essere considerato dal suo Manager in Upline per la qualificazione al Gem Bonus, allo Status di Gem Manager, e per ogni altro incentivo che richieda Manager Sponsorizzati.

5.04 Manager Ereditato e Trasferito

(a) Un Manager viene considerato Ereditato se il suo Sponsor cessa il rapporto contrattuale con Forever o si Risponsorizza. In questi casi, diventa un Manager Ereditato per lo Sponsor in successione nella sua Upline.

(b) Un Manager viene considerato Trasferito in linea con la Politica descritta nella sezione 4.01(h) finché non si riqualifichi come Manager Sponsorizzato in ogni singolo Paese.

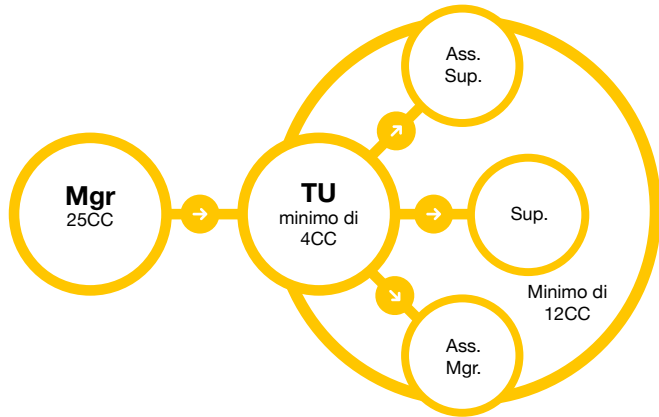
(c) Lo Status di Ereditato e Trasferito non influisce sul Bonus di Volume né sul Leadership Bonus che sia pagato ad alcun Manager o alla sua Upline. L'attività di un Manager Ereditato o Trasferito non è valida per la qualifica dell'Upline Manager per il Gem Bonus, la riduzione dei Case Credits per il Programma Auto, o lo Status di Gem Manager.

(d) Un Manager Ereditato o Trasferito può riqualificarsi come Manager Sponsorizzato in ogni singolo Paese soddisfacendo i seguenti requisiti:

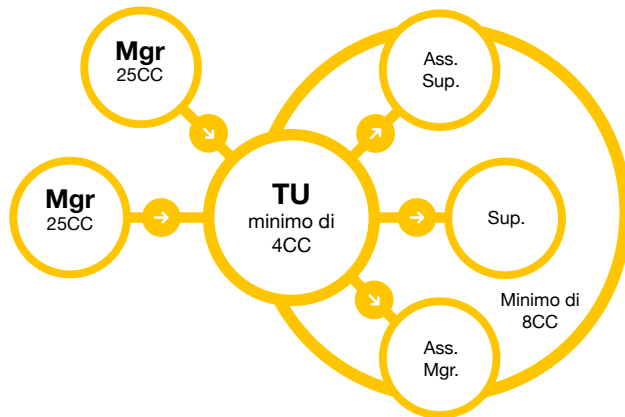
- 1) Generare un totale di 120 Case Credits Personali e Non-Manager nel Paese in cui si sta riqualificando come Manager Sponsorizzato in 1 o 2 Mesi consecutivi (o 150 Case Credits in 3 o 4 Mesi consecutivi). Il processo di riqualificazione potrà iniziare il mese precedente al mese di trasferimento.
- 2) Essere Attivo durante il periodo di riqualificazione nella Sede Principale, o generando 4 Case Credits Personali nel Paese in cui sta lavorando per ottenere lo status di Manager Sponsorizzato.

6. LEADERSHIP BONUS

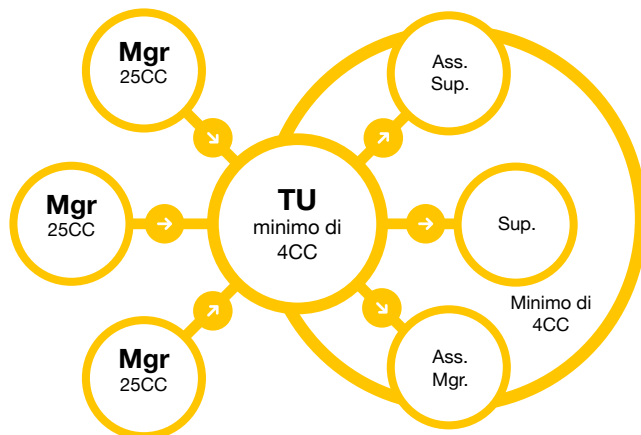
- 6.01** Dopo che un FBO diventa un Manager Riconosciuto, può qualificarsi per il Leadership Bonus continuando a supportare le proprie Downlines Manager.
- 6.02** (a) Un Manager Riconosciuto che sia Attivo e abbia 12 CC Personali e Non-Manager (o abbia un Esonero per lo Status di Attivo o di Leadership) in qualunque Paese durante il Mese corrente, si qualifica per il Leadership Bonus generati in quel singolo Paese durante lo stesso Mese.



- (b) Il requisito dei Personali e Non-Manager è ridotto a 8 CC se il Manager ha 2 Downlines Manager, ciascuno in linee Sponsorizzate separatamente, ed ognuno ha totalizzato almeno 25 Case Credits Totali durante il Mese precedente.



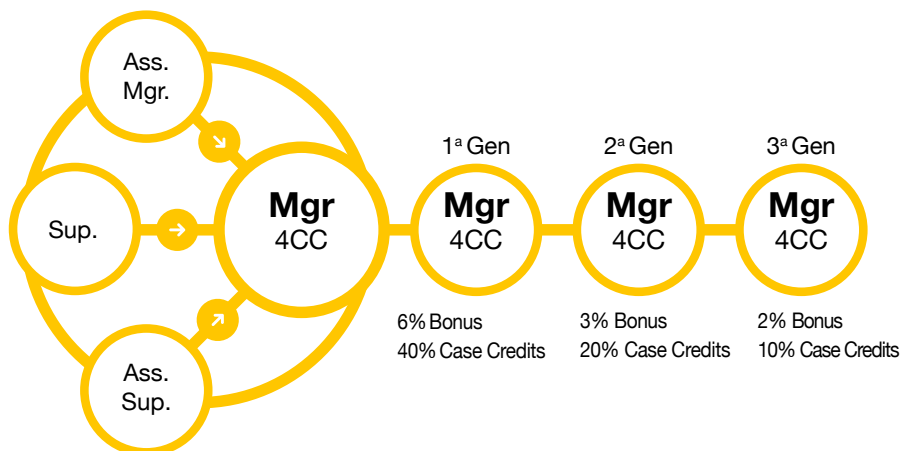
È ulteriormente ridotto a 4 CC Personali e Promoter se ha 3 Downlines Manager, ciascuno in linee Sponsorizzate separatamente, ed ognuno ha totalizzato almeno 25 Case Credits nel Mese precedente.



Gli schemi e gli esempi sono qui riportati a scopo esplicativo

6.03 (a) Il Leadership Bonus, basato sull'SRP totale delle Vendite Accreditate Personali e Non-Manager di un Manager nel Mese di qualificazione, viene corrisposto ai suoi Managers in Upline qualificati al Leadership Bonus nelle seguenti modalità:

- 1) il 6% viene pagato al primo LBQ Manager in Upline.
- 2) il 3% viene pagato al secondo LBQ Manager in Upline.
- 3) il 2% viene pagato al terzo LBQ Manager in Upline.



- 6.04** (a) Un Manager Riconosciuto che non è Attivo per tre (3) Mesi consecutivi perde l' idoneità a qualificarsi per il Leadership Bonus.
- (b) L' idoneità al Leadership Bonus può essere riacquisita soddisfacendo i seguenti requisiti in ogni singolo Paese:
- 1) Generare un totale di 12 Case Credits Personali e Non-Manager ogni Mese per tre Mesi consecutivi (anche se non ha Downlines Manager).
 - 2) Essere Attivo ogni Mese durante lo stesso periodo.
- (c) Alla riacquisizione dell' idoneità, dal momento in cui il Manager è LBQ, maturerà ogni Mese il Leadership Bonus a partire dal quarto Mese, che verrà corrisposto il 15 del quinto Mese.
- 6.05** (a) Un Manager che non si qualifica almeno una volta per il Leadership Bonus nei precedenti dodici (12) Mesi consecutivi, e non è in procinto di riqualificarsi, perderà permanentemente tutte le Downlines Manager.
- (b) Una linea Manager persa diventerà un Manager Ereditato del primo Manager in Upline dal suo Sponsor originale, che sia qualificabile al Leadership.

7. ALTRI INCENTIVI

- 7.01** (a) Tutti i programmi di incentivazione Aziendali sono finalizzati a promuovere complessivamente i principi della vendita diretta e del Network Marketing. Ciò include una corretta attività di Sponsorizzazione e di raccolta ordini di vendita di prodotti Forever. Gli incentivi non sono trasferibili e saranno assegnati solo all'FBO che ne abbia diritto secondo il Piano Marketing e si qualifichi e svolgendo la propria attività nel rispetto del Piano Marketing FLP, delle Politiche Aziendali e del Codice di Condotta Professionale.
- 7.02** (a) Le spille di Riconoscimento verranno assegnate esclusivamente agli Incaricati i cui nominativi compaiono sulla Scheda di Adesione in archivio presso il Paese di Competenza.
- 7.03** (a) Nel caso in cui il coniuge di un FBO non partecipi ad un Viaggio Premio, l'FBO può portare un ospite a condizione che questi abbia almeno 14 anni e siano, in tal caso, soddisfatte le condizioni di legge (restrizioni per viaggi all'estero, espatri).
- (b) I Viaggi Premio si limitano ai seguenti: Global Rally, Eventi Eagle Manager, Sapphire, Diamond Sapphire, Diamond, Double-Diamond, e Triple-Diamond.
- (c) I Viaggi per i Sapphire, Diamond-Sapphire, Diamond, Double-Diamond e Triple-Diamond devono essere effettuati entro 24 mesi dalla qualifica.

8. RICONOSCIMENTI PER I MANAGER E OLTRE

8.01 (a) Un Manager può cumulare Manager Riconosciuti Sponsorizzati di 1a Generazione di tutti i Paesi allo scopo di essere riconosciuto da Senior fino a Diamond Centurion Manager. Tuttavia, ogni 1a Generazione Manager può essere conteggiata una sola volta.

8.02 (a) Tutte le spille di riconoscimento per i livelli Manager e superiori vengono assegnati solo ad una riunione di riconoscimento approvata dall'Azienda.

8.03 (a) **Manager Riconosciuto:** quando un FBO si qualifica secondo i requisiti di cui al punto 5.01, viene accreditato come Manager Riconosciuto e riceve una spilla d'oro.

8.04 Eagle Manager Status

(a) L'Eagle Manager Status viene guadagnato e rinnovato ogni anno. Un Manager può qualificarsi soddisfacendo i seguenti requisiti durante il periodo di qualificazione da Maggio ad Aprile, dopo aver ottenuto la qualifica di Manager Riconosciuto:

- 1) Sii attivo ogni mese, sia nel Paese di Origine oppure nel Paese di Qualifica.
- 2) Essere Qualificato al Leadership Bonus (anche se non ha Downlines Manager). I Case Credits generati durante i mesi in cui non è qualificato per il bonus di leadership NON verranno conteggiati ai fini di questo incentivo.
- 3) Accumulare a livello globale almeno un totale di 720 Case Credit durante il periodo di qualifica, inclusi almeno 100 NUOVI Case Credit anche a livello globale.
- 4) Partecipare agli incontri aziendali. Questo requisito potrà essere soddisfatto durante il periodo di qualificazione da maggio ad aprile, prima o dopo la qualifica di Manager riconosciuto.
- 5) Sponsorizzare personalmente almeno 2 nuove linee Supervisor in qualsiasi Paese valido per la qualifica.

(b) Unitamente ai requisiti sopra elencati, i Senior Manager e oltre devono anche sviluppare e mantenere Downlines Eagle Manager, come indicato nel seguente prospetto. Ogni Eagle Downline Manager deve essere in una linea di Sponsorizzazione separata, indipendentemente dal numero delle Downlines [vedi 8.04 (d)] in qualsiasi Paese valido per la qualifica. Questo requisito si basa sulla qualifica del Manager all'inizio del periodo di qualifica:

- 1) Senior Manager: 1 Downline Eagle Manager.
- 2) Soaring Manager: 3 Downlines Eagle Manager.
- 3) Sapphire Manager: 3-5 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
6-9 Downlines Eagle (Qualificato Sapphire Eagle Manager).

- 4) Diamond-Sapphire: 3-9 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
10-14 Downlines Eagle (Qualificato Diamond Sapphire Eagle Manager).
- 5) Diamond Manager: 3-14 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
15-24 Downlines Eagle (Qualificato Diamond Eagle Manager).
- 6) Double-Diamond Manager: 3-24 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
25-34 Downlines Eagle (Qualificato Double Diamond Eagle Manager).
- 7) Triple-Diamond Manager: 3-34 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
35-44 Downlines Eagle (Qualificato Triple Diamond Eagle Manager).
- 8) Diamond Centurion: 3-44 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
45+ Downlines Eagle (Qualificato Diamond Centurion Eagle Manager).

I Gem Manager (ad esempio Sapphire e superiori) possono qualificarsi come Eagle ad un livello inferiore, ma non inferiore a Soaring. Ad esempio, se un Diamond Manager ha 3 Eagle Manager Downline e si qualifica, sarà indicato come un Diamond Manager qualificato all'Eagle.

(c) Gli FBO Risponsorizzati sono inclusi nei requisiti dei nuovi Supervisors e dei NUOVI Case Credits.

(d) Un Manager può cumulare Downlines Eagle Manager tra vari Paesi allo scopo di raggiungere lo status di Eagle Manager. Se un Manager ha Sponsorizzato lo stesso FBO in più Paesi, può contare su Eagle Manager di quell'FBO nei vari Paesi, ma nessun Eagle Manager in Downline può essere conteggiato più di una volta.

(e) Se un FBO raggiunge la qualifica di Manager nel periodo di qualificazione:

- 1) Ogni Promoter, Premium o Gold che ha Sponsorizzato durante l'ultimo Mese di qualifica sarà valido per il requisito dei Nuovi Supervisors per il programma Eagle Manager del periodo di qualifica.
- 2) I requisiti di Eagle Manager NON sono proporzionali; piuttosto, bisogna completare i 720 Case Credits Totali / 100 NUOVI e i 2 Nuovi Supervisors durante il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il livello di Manager.

(f) Ciascun Eagle Manager sarà premiato con un viaggio per poter partecipare all'Evento Esclusivo e potrà scegliere una tra le due destinazioni offerte dall'Azienda:

- 1) biglietto aereo per due persone e alloggio per tre notti;
- 2) invito all'esclusiva formazione Eagle Manager;
- 3) accesso a tutti gli eventi riservati al programma Eagle Manager;
- 4) Ciascun Eagle Manager qualificato dovrà scegliere la destinazione desiderata entro il 31 maggio successivo al periodo di qualifica o perderà permanentemente la possibilità di partecipare ad entrambi gli Eventi.

(g) Un FBO che si qualifica come Sapphire, Diamond-Sapphire o Diamond Eagle sarà automaticamente qualificato per l'1%, 2% o 3% di Gem Bonus, rispettivamente, nel suo Paese di Competenza, per ciascuno dei dodici mesi in cui sia LBQ, a partire da Maggio.

(h) Un FBO può qualificarsi in un solo Paese. Se soddisfa i requisiti in più Paesi, il Paese in cui ha i case credit totali più elevati sarà considerato il Paese di qualificazione.

8.04.1 Global Leadership Team (GLT)

(a) L'appartenenza al Global Leadership Team è un riconoscimento di prestigio che si rinnova annualmente generando 7.500 Case Credits Totali durante l'anno solare, dopo aver raggiunto la qualifica di Manager Riconosciuto.

(b) I Manager che raggiungono il Global Leadership Team diventano membri del GLT per 1 anno solare a partire dal 1° Gennaio dell'anno successivo alla loro qualifica; essi saranno invitati presso una località esclusiva e riceveranno il riconoscimento di tale status durante il Global Rally.

(c) I Manager devono essere presenti al Global Rally per ricevere il riconoscimento come membri del Global Leadership Team.

8.05 Riconoscimento Manager

Un Manager Riconosciuto può qualificarsi per il riconoscimento come Manager tramite uno dei seguenti modi che non possono essere combinati tra loro:

a) Accumulando Manager Riconosciuti di 1° Generazione;

b) Accumulando linee Eagle Manager.

c) Sono da considerarsi esclusivamente le Downlines Eagle Manager sviluppate negli anni in cui il Manager Qualificato ha raggiunto i requisiti base da considerare nel totale accumulato. Il Manager Qualificato deve soddisfare i seguenti requisiti nel periodo Maggio-Aprile, dopo essersi qualificato come Manager Riconosciuto:

1) Essere Attivo durante tutti i mesi.

2) Essere Qualificato al Leadership Bonus (anche se non ha Downlines Manager). I Case Credits durante i mesi in cui non ci si sia qualificati al Leadership Bonus NON conteranno per questo incentivo.

3) Accumulare almeno 720 Case Credits Totali in un unico Paese,

4) di cui almeno 100 Nuovi Case Credits in qualsiasi Paese, e

5) Sponsorizzare e sviluppare personalmente almeno due Nuovi Supervisors in qualsiasi Paese.

d) Non ci sono limitazioni temporali riguardo l'accumularsi di Downlines Manager o

Eagle Manager.

1) Un Manager che soddisfa tutti i requisiti necessari durante il periodo di qualifica può essere considerato come Downline Eagle Manager retroattiva per ogni anno precedente in cui ha soddisfatto i requisiti necessari.

2) Ogni Downline Eagle Manager può essere considerata una sola volta per ogni Upline Manager in qualifica.

8.06 Senior Manager

a) ha 2 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure

b) accumula 1 Downline Eagle Manager.

c) il Senior Manager verrà premiato con una spilla d'oro con 2 granati.

8.07 Soaring Manager

a) ha 5 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure

b) accumula 3 Downlines Eagle Manager.

c) il Soaring Manager verrà premiato con una nuova spilla d'oro con 4 granati.

8.08 Sapphire Manager

a) ha 9 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure

b) accumula 6 Downlines Eagle Manager.

c) il Sapphire Manager verrà premiato con una spilla d'oro con 4 zaffiri, e un viaggio di quattro giorni e tre notti tutto compreso, in una località turistica scelta dall'Azienda.

8.9 Diamond-Sapphire Manager

a) ha 17 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure

b) accumula 10 Downlines Eagle Manager.

c) il Diamond-Sapphire Manager verrà premiato con una spilla d'oro con 2 diamanti e 2 zaffiri, e un viaggio di cinque giorni e quattro notti tutto compreso, in un'elegante località scelta dall'Azienda.

8.10 Diamond Manager

a) ha 25 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure

b) accumula 15 Downlines Eagle Manager.

c) il Diamond Manager verrà premiato con:

1) una spilla d'oro con 1 grande diamante, un esclusivo anello con diamante, e un viaggio tutto compreso in una località internazionale a scelta dell'Azienda.

2) l'esonero dei requisiti relativi al volume dei Case Credits per ricevere il Bonus del Programma Auto, i Bonus di Volume e il Leadership Bonus, a condizione che i 25 Manager Sponsorizzati di prima Generazione siano tutti Attivi.

3) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

8.11 Double Diamond Manager

- a) ha 50 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
- b) accumula 25 Downlines Eagle Manager.
- c) il Double Diamond Manager verrà premiato con:
 - 1) una spilla d'oro con 2 grandi diamanti, una penna esclusiva decorata con diamanti, e un viaggio tutto compreso in Sud Africa o presso una destinazione equivalente;
 - 2) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

8.12 Triple Diamond Manager

- a) ha 75 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
- b) accumula 35 Downlines Eagle Manager.
- c) il Triple Diamond Manager verrà premiato con:
 - 1) una spilla d'oro con 3 grandi diamanti, un esclusivo orologio personalizzato e un viaggio tutto compreso, in un'elegante località scelta dall'Azienda;
 - 2) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

8.13 Diamond Centurion Manager

- a) ha 100 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
- b) accumula 45 Downlines Eagle Manager.
- c) il Diamond Centurion Manager verrà premiato con:
 - 1) una spilla d'oro con 4 grandi diamanti. un viaggio tutto compreso in classe business, alle Isole Hawaii o presso una destinazione equivalente, scelta dall'Azienda;
 - 2) un video prodotto professionalmente sullo stile di vita del business;
 - 3) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

8.14 Platinum Diamond Manager

- a) ha 125 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
- b) accumula 55 Downlines Eagle Manager.
- c) il Platinum Diamond Manager verrà premiato con:
 - 1) una spilla di platino e un viaggio in Business Class tutto speso presso la Grande Barriera Corallina o una destinazione equivalente scelta dall'Azienda;
 - 2) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

8.15 Platinum Double Diamond Manager

- a) ha 150 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
- b) accumula 55 Downlines Eagle Manager;
- c) il Platinum Double Diamond Manager verrà premiato con:
 - 1) una spilla di platino e un viaggio in Business Class tutto incluso a Bora Bora o presso una destinazione equivalente scelta dall'Azienda;
 - 2) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

8.16 Platinum Triple Diamond Manager

- a) ha 175 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
- b) accumula 75 Downlines Eagle Manager;
- c) il Platinum Triple Diamond Manager verrà premiato con:
 - 1) Una spilla di platino e un viaggio in Business Class tutto incluso alle Maldive/Seychelles o presso una destinazione equivalente scelta dall'Azienda;
 - 2) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno reso possibile tale avanzamento.

9. GEM BONUS

9.01 (a) Il Gem Manager è un Manager qualificato al Leadership Bonus che, nel Paese in cui vi si è qualificato, abbia il numero richiesto di Manager Sponsorizzati di 1a Generazione Attivi durante il Mese in corso o il numero richiesto di Downlines Sponsorizzate separatamente con un Manager Attivo che abbia 25 o più Case Credits Totali durante il Mese in corso.

Il Gem Manager riceve un Gem Bonus basato sull'SRP delle Vendite Accreditate Personali e Non-Manager delle sue Downlines Manager LBQ di Prima, Seconda e Terza Generazione secondo il seguente programma:

1) Sapphire Gem Bonus: i Sapphire Manager, o superiori, possono qualificarsi per l'1% con 9 Manager Sponsorizzati Attivi di 1a Generazione, o 9 Manager Attivi, in differenti Downlines, che generino almeno 25 Case Credits Totali ciascuno.

2) Diamond-Sapphire Gem Bonus: i Diamond-Sapphire Manager, o superiori, possono qualificarsi per il 2% con 17 Manager Sponsorizzati Attivi di 1a Generazione, o 17 Manager Attivi, in differenti Downlines, che generino almeno 25 Case Credits Totali ciascuno.

3) Diamond Gem Bonus: i Diamond Manager, o superiori, possono qualificarsi per il 3% con 25 Manager Sponsorizzati Attivi di 1a Generazione, o 25 Manager Attivi, in differenti Downlines, che generino almeno 25 Case Credits Totali ciascuno.

4) Le percentuali non sono cumulabili. I Gem Manager ricevono la percentuale più alta per cui si sono qualificati.

(b) Un Manager può considerare un Manager di prima Generazione straniero per la qualificazione al Gem Bonus a condizione che il Manager straniero si sia qualificato come Manager Sponsorizzato nel paese in cui il Manager si sta qualificando per il Gem Bonus. Dopo che il Manager straniero si qualifica come Manager Sponsorizzato, verrà conteggiato dalla propria Upline per la qualificazione al Gem Bonus durante quei Mesi in cui il Manager straniero avesse un Esonero dei 4 CC Attivi dal proprio Paese di origine.

(c) Il Gem Bonus viene pagato da ciascun paese in base all'SRP delle Vendite Nazionali Personalmente Accreditate dai Manager in quel paese. Per qualificarsi per un Gem Bonus da qualsiasi Paese, un Manager deve avere il numero richiesto di Managers Sponsorizzati Attivi di Prima Generazione, o Downlines Manager Attive con 25 CC, in quel Paese per il Mese in cui si sta qualificando per il Gem Bonus.

(d) Un FBO che si qualifica all'Eagle con 6, 10 o 15 linee Eagle Manager, sarà automaticamente qualificato per l'1%, 2% o 3% di Gem Bonus, rispettivamente per ciascuno dei dodici mesi che iniziano con Maggio in cui sia LBQ, nel suo Paese di Competenza. Se un Gem Manager si qualifica come Eagle ad un livello che è inferiore alla sua attuale Posizione Gem (cioè un Diamond Manager che si qualifica Eagle con 6 Linee Eagle Manager), riceverà la percentuale del Gem Bonus corrispondente alla sua qualifica Eagle, ad eccezione dei Mesi in cui si qualifica per una percentuale più alta secondo la politica del Gem Bonus (vedi 9.01 (a)).

10. PROGRAMMA AUTO

10.01 (a) Un Manager Riconosciuto Attivo può qualificarsi per l'incentivo Programma Auto (Forever2Drive) i case credit utili per questo incentivo sono quelli del paese di appartenenza.

(b) Per il Programma Auto sono disponibili Tre livelli:

1) Livello 1: l'Azienda pagherà un massimo di €400 al Mese per un massimo di trentasei (36) Mesi consecutivi.

2) Livello 2: l'Azienda pagherà un massimo di €600 al Mese per un massimo di trentasei (36) Mesi consecutivi.

3) Livello 3: l'Azienda pagherà un massimo di €800 al Mese per un massimo di trentasei (36) Mesi consecutivi.

Sono necessari tre (3) Mesi consecutivi per qualificarsi, come indicato nella tabella sottostante:

	Livello 1	Livello 2	Livello 3
CC richiesti 1°mese	50CC	75CC	100CC
CC richiesti 2°mese	100CC	150CC	200CC
CC richiesti 3°mese	150CC	225CC	300CC

(c) L'incentivo ricevuto con il Programma Auto può essere utilizzato per acquistare o noleggiare un bene a proprio nome (come, ad esempio, un'automobile).

(d) Durante il periodo dei 36 Mesi immediatamente successivi alla qualifica, il Manager riceverà l'importo massimo del pagamento per il livello raggiunto ogni Mese in cui venga mantenuto il requisito dei Case Credits del 3° Mese.

(e) Se i Case Credits Totali del Manager scendono al di sotto del requisito del 3° Mese durante un Mese qualsiasi, il pagamento del Bonus del Mese sarà calcolato a €2,66 per Case Credit, moltiplicato per il Totale Case Credits del Manager per quel Mese.

(f) Se i Case Credits Totali del Manager scendono sotto i 50 in un qualunque Mese, il Programma Auto per quel Mese non verrà pagato. Se nei Mesi successivi, i Case Credits del Manager qualificato aumentano sopra i 50, il Programma Auto sarà pagato in conformità con il regolamento sopra indicato.

(g) Un Manager che abbia 5 Manager Riconosciuti Attivi personalmente Sponsorizzati durante il 3° Mese di qualificazione, o qualsiasi altro Mese durante il periodo dei 36 Mesi, avrà il requisito del 3° Mese ridotto a 110, 175 o 240 Case Credits Totali rispettivamente per i livelli 1, 2 o 3.

(h) Per ogni 5 Manager Riconosciuti Attivi ulteriori Sponsorizzati personalmente durante il terzo Mese di qualifica, o qualsiasi altro Mese durante il periodo dei 36 mesi, il requisito del 3° Mese sarà ridotto di ulteriori 40, 50 o 60 Case Credits rispettivamente per i livelli 1, 2 o 3.

(i) I Case Credits contano per i requisiti di qualifica e mantenimento solo durante i Mesi in cui il Manager qualificato sia Attivo.

(j) I Case Credits generati da un FBO Attivo prima di diventare un Manager Riconosciuto valgono per qualificarsi al Programma Auto.

(k) Dopo aver completato il terzo mese di qualificazione per il Programma Auto, un Manager può qualificarsi per un Incentivo più alto in qualsiasi momento a partire dal Mese successivo. Ad esempio, se un Manager si qualifica per il Livello 1 in gennaio, febbraio e marzo con 50, 100 e 150 CC e quindi genera 225 CC in aprile, il periodo inerente al Livello 1 verrà sostituito con un nuovo periodo di 36 Mesi per il Livello 2.

(l) Alla fine del periodo dei 36 Mesi, un Manager può riqualificarsi per un nuovo Programma Auto utilizzando gli stessi criteri di qualifica descritti sopra. Questa riqualificazione deve essere raggiunta in tre (3) Mesi consecutivi negli ultimi sei (6) Mesi del periodo iniziale dei 36 Mesi.

11. CHAIRMAN'S BONUS

11.01 (a) Requisiti per Tutti i Livelli. Un FBO, dopo essere diventato Manager Riconosciuto, deve soddisfare TUTTI i seguenti requisiti nel proprio Paese di Competenza o nel Paese di Qualificazione. Non possono essere cumulati tra diversi Paesi.

- 1) Essere Attivo ogni Mese.
- 2) Essere Qualificato al Leadership Bonus (anche se non ha Downlines Manager).
I Case Credits durante i Mesi in cui non ci si sia qualificati al Leadership Bonus NON conteranno per questo incentivo.
- 3) I seguenti requisiti possono essere raggiunti in qualsiasi Paese Partecipante:
 - a. Essere qualificati per il Programma Auto.
 - b. Acquistare i prodotti limitatamente al paniere stabilito dall'Azienda per uso personale.
 - c. Sviluppare l'attività FLP nel rispetto del Contratto, nonché delle Politiche Aziendali, del Piano Marketing e del Codice di Condotta Professionale.
 - d. Partecipare agli eventi Aziendali.
- 4) L'accettazione finale dell'incentivo Chairman's Bonus è soggetta all'approvazione del Comitato Esecutivo. Il Comitato Esecutivo terrà conto di tutto ciò che concerne le Politiche Aziendali e il Codice di Condotta Professionale.
- 5) Un FBO può qualificarsi in un solo Paese. Se soddisfa i requisiti in più Paesi, il Paese in cui ha i Case Credits Personali e Non-Manager più alti sarà considerato il Paese di Qualifica.

(b) Chairman's Bonus Manager (CBM) Livello 1. Oltre ai Requisiti Principali, nel Paese di Qualificazione deve essere raggiunto quanto segue:

- 1) Accumulare globalmente 700 Case Credits Personali e Non-Manager durante il periodo di incentivo dopo essere diventato un Manager Riconosciuto, la cui somma deve includere 150 NUOVI Case Credits.
 - a. I Case Crediti accumulati al di fuori del Paese di Qualifica non saranno conteggiati nel calcolo delle Quote dell'incentivoI NUOVI Case Credits possono essere generati e cumulati in qualsiasi paese. È possibile considerare fino a 150 NUOVI Case Credits al di fuori del Paese di Qualifica. Tuttavia, ai fini del calcolo delle Quote d'Incentivo, i NUOVI Case Credits generati al di fuori del Paese di Qualifica non verranno conteggiati.
- 2) Sviluppare uno dei seguenti in qualsiasi generazione:
 - a. una Downline Manager in qualsiasi Paese che accumula 600 o più Case Credits Totali in un qualsiasi singolo Paese durante il periodo di incentivo dopo essere diventato Manager Riconosciuto.

- 1) Conteranno per questo requisito solo i Case Credit dei mesi in cui il Manager che si qualifica attivo ha accumulato 600 cc
- 2) Questo Manager può essere un Manager esistente o di nuova generazione durante il periodo di incentivo
- 3) I 600 Case Credit del Manager non saranno inclusi nel calcolo delle Quote di Incentivo

oppure,

b. Un Manager qualificato al Chairman's Bonus in qualsiasi Paese Partecipante.

3) Un FBO Risponsorizzato è considerato valido per tutti i requisiti del Livello 1.

4) Se un FBO diventa Manager durante il periodo di qualifica, i requisiti del Chairman's Bonus NON vengono ripartiti in proporzione; l'FBO deve realizzare i 700 Case Credits Personali e Non-Manager / 150 NUOVI Case Credits per il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

(c) Chairman's Bonus Manager (CBM) Livello 2. Oltre ai Requisiti Principali, nel Paese di Qualificazione deve essere raggiunto quanto segue:

1) Accumulare globalmente 600 Case Credits Personali e Non-Manager durante il periodo di incentivo dopo essere diventato un Manager Riconosciuto, la cui somma deve includere 100 NUOVI Case Credits. I Case Credit accumulati al di fuori del Paese Qualificante non saranno conteggiati nel calcolo delle Quote dell'incentivo.

2) Sviluppare 3 Manager qualificati al Chairman's Bonus in qualunque Generazione, ciascuno in Downlines separate, in qualsiasi Paese Partecipante.

3) Un FBO Risponsorizzato è considerato valido per tutti i requisiti del Livello 2.

4) Se un FBO diventa Manager durante il periodo di qualifica, i requisiti del Chairman's Bonus NON vengono ripartiti in proporzione; l'FBO deve realizzare i 600 Case Credits Personali e Non-Manager / 100 NUOVI Case Credits per il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

(d) Chairman's Bonus Manager (CBM) Livello 3. Oltre ai Requisiti Principali, nel Paese di Qualificazione deve essere raggiunto quanto segue:

1) Accumulare globalmente 500 Case Credits Personali e Non-Manager durante il periodo di incentivo dopo essere diventato un Manager Riconosciuto, la cui somma deve includere 100 NUOVI Case Credits.

a) I Case Credit accumulati al di fuori del Paese di Qualifica non saranno conteggiati nel calcolo delle Quote dell'incentivo.

2) Sviluppare 6 Manager qualificati al Chairman's Bonus in qualunque Genera-

zione, ciascuno in Downlines separate, in qualsiasi Paese Partecipante.

3) Un FBO Risponsorizzato è considerato valido per tutti i requisiti del Livello 3.

4) Se un FBO diventa Manager durante il periodo di qualifica, i requisiti del Chairman's Bonus NON vengono ripartiti in proporzione; l'FBO deve realizzare i 500 Case Credits Personali e Non-Manager / 100 NUOVI Case Credits per il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

(e) Calcolo delle quote d'Incentivo per il Chairman's Bonus.

1) Un monte Bonus globale sarà determinato e quindi assegnato come segue:

- a. Una metà del totale sarà pagato a coloro che si qualificano nei livelli 1, 2 e 3.
- b. Un terzo del totale sarà pagato a coloro che si qualificano nei livelli 2 e 3.
- c. Un sesto del totale sarà pagato a coloro che si qualificano al livello 3.

2) Al Manager qualificato verrà assegnata una Quota d'Incentivo per ciascuno dei suoi Case Credits generati nel Paese di Qualifica (esclusi i NUOVI Case Credits generati al di fuori del Paese di Qualifica), più le Quote d'Incentivo generate dal primo Manager qualificatosi al Chairman's Bonus in ciascuna delle sue linee di Sponsorizzazione in qualsiasi Paese Partecipante.

3) Ogni ripartizione sarà divisa per la somma totale delle Quote d'Incentivo di tutti i Managers che si sono qualificati per quella sezione del totale per determinare la parte di denaro per quella ripartizione. Questa parte di denaro sarà moltiplicata per le Quote d'Incentivo di ogni singolo Manager qualificatosi al Chairman's Bonus per arrivare all'importo totale del pagamento dell'Incentivo.

(f) Riconoscimento del Chairman's Bonus al Global Rally.

1) A meno che non si sia qualificato per un Global Rally da almeno 1.500 CC, a ciascun Manager qualificato al Chairman's Bonus sarà assegnato un viaggio per il GLOBAL RALLY FLP per essere premiato e ricevere il proprio Bonus. Questo viaggio per due include:

- a. Biglietto aereo, alloggio e pasti per cinque giorni e quattro notti;
- b. L'equivalente di \$250 disponibili sulla carta Forever Global Rally.

12. FOREVER GLOBAL RALLY

12.01 (a) Un FBO può qualificarsi per un viaggio per due persone al Global Rally di FLP, compresi i biglietti aerei, alloggio, voucher per i pasti, attività e denaro in contanti, accumulando 1.500 o più Case Credits Totali dal 1 Gennaio al 31 Dicembre di ogni anno. Per ricevere i vantaggi di questo incentivo, l’FBO qualificatosi deve necessariamente partecipare alla formazione e agli eventi motivazionali del primo Global Rally in seguito al periodo di qualificazione.

(b) Al fine di conseguire almeno 1.500 Case Credits per il riconoscimento del Global Rally, un FBO può cumulare Case Credits da tutti i Paesi in cui abbia un gruppo.

(c) I Case Credits Non-Manager generati durante un Mese in cui un FBO non sia Attivo e in un Mese in cui non abbia generato i Case Credits necessari a qualificarsi al Leadership Bonus, non conteranno per la qualificazione al Global Rally; tuttavia, tutti i Case Credits Attivi generati dall’FBO verranno considerati indipendentemente dallo status di Attivo.

(d) Un FBO si qualifica generando Case Credits Totali, e riceve il premio del Global Rally, come descritto di seguito. L’Azienda fornirà i pasti, ad ogni FBO qualificato, o un voucher per i pasti in proporzione alla sua qualifica. L’FBO deve partecipare al Rally per ricevere i premi.

(e) **Chairman’s Bonus Manager** (al di sotto dei 1,500 CC):

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 5 giorni e 4 notti.
- 2) indennità di spesa, equivalente a \$250 USD depositata sul conto corrente bancario

(f) **1,500 Case Credits Totali:**

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 6 giorni e 5 notti.
- 2) indennità di spesa, equivalente a \$500 USD depositata sul conto corrente bancario

(g) **2,500 Case Credits Totali:**

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 6 giorni e 5 notti.
- 2) indennità di spesa, equivalente a \$1.200 USD depositata sul conto corrente bancario

(h) **3,500 Case Credits Totali:**

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per il Global Rally Experience;
- 2) indennità di spesa, equivalente a \$1.700 USD
- 3) Regalo speciale per migliorare la tua esperienza al Rally.

(i) 5,000 Case Credits Totali:

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 6 giorni e 5 notti.
- 2) indennità di spesa, equivalente a \$2.200 USD depositata sul conto corrente bancario
- 3) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(j) 7,500 Case Credits Totali:

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 8 giorni e 7 notti.
- 2) indennità di spesa, equivalente a \$3.200 USD depositata sul conto corrente bancario
- 3) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(k) 10,000 Case Credits Totali:

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 8 giorni e 7 notti.
- 2) volo in Business Class andata e ritorno per il Rally.
- 3) indennità di spesa, equivalente a \$3.200 USD depositata sul conto corrente bancario
- 4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(l) 12,500 Case Credits Totali:

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 8 giorni e 7 notti.
- 2) volo in Business Class andata e ritorno per il Rally.
- 3) indennità di spesa, equivalente a \$12.700 USD depositata sul conto corrente bancario
- 4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(m) 15,000 Case Credits Totali:

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 8 giorni e 7 notti.
- 2) volo in Business Class andata e ritorno per il Rally.
- 3) indennità di spesa, equivalente a \$20.200 USD depositata sul conto corrente bancario
- 4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(n) 20,000 Case Credits Totali (il primo anno):

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 8 giorni e 7 notti.
- 2) volo in Business Class andata e ritorno per il Rally.
- 3) indennità di spesa, equivalente a \$20.200 USD depositata sul conto corrente bancario
- 4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(o) 20,000 Case Credits Totali (gli anni successivi):

- 1) biglietto aereo, alloggio e pasti per 8 giorni e 7 notti.
- 2) volo in Business Class andata e ritorno per il Rally.
- 3) indennità di spesa, equivalente a \$30.200 USD depositata sul conto corrente bancario
- 4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

13. PROCEDURE PER EFFETTUARE GLI ORDINI

13.01 (a) Tutti gli Incaricati, i Clienti Club, Premium e Gold, acquistano direttamente dall'Azienda. L'iscrizione come Incaricato alle Vendite prevede che si possa diventare tale anche senza obbligo di un ordine di acquisto personale.

(b) Per qualificarsi per un Bonus da generarsi per quel Mese tutti gli ordini con l'opportuno pagamento devono essere inviati/effettuati entro le 23:59 dell'ultimo giorno del Mese stesso.

(c) Tutti gli ordini devono essere consegnati o inviati presso la Sede o i centri autorizzati FLP (se cartacei), oppure effettuati via internet tramite il sito <http://shop.foreverliving.it>. I prodotti potranno essere ritirati presso la Sede FLP e i diversi Product Centers o saranno inviati all'indirizzo di consegna indicato a mezzo corriere, con addebito delle spese di spedizione in vigore. Si consiglia di verificare tutti gli ordini alla consegna e comunicare tempestivamente eventuali anomalie all'Assistenza Clienti.

(d) Gli ordini si possono pagare con le seguenti modalità:

- 1) carta di credito (VISA e MasterCard);
- 2) bonifico bancario o bollettino postale, inviando copia della relativa distinta via e-mail all'indirizzo ordini@foreverliving.it, o tramite fax al numero 06/88698200;
- 3) in contanti al corriere preposto alla consegna dei prodotti (in quest'ultimo caso, in contrassegno, con una maggiorazione);
- 4) in contanti, in caso di ritiro dei prodotti acquistati esclusivamente presso i centri autorizzati FOREVER di Roma e Milano.

(e) Alla sottoscrizione della Scheda di Adesione il Promoter effettua contestualmente l'acquisto dello Starter Kit.

(f) Un FBO non può ordinare più di 25 Case Credits personali in un mese di calendario previa approvazione dell'Azienda. L'ammontare dei 25 Case Credits personali è determinabile dalla somma degli ordini personali, ordini regalo, ordini dimostrativi, ordini voucher intestati al FBO.

(g) L'Azienda si riserva il diritto di verificare gli ordini ravvicinati effettuati dagli Incaricati alle vendite per consumo/uso personale.

(h) Gli Incaricati, che non possono rivendere i prodotti dai medesimi acquistati, non sono autorizzati ad acquistare prodotti al fine di esportarli in Paesi diversi da quello in cui risiedono, ad eccezione dell'uso personale, salvo apposita autorizzazione scritta da parte di FLP.

14. POLITICHE DI RISPONSORIZZAZIONE

14.01 (a) Un Promoter già esistente può Risponsorizzarsi con uno Sponsor diverso a condizione che siano trascorsi 6 mesi dal primo ordine che ha confermato la registrazione.

(b) Un FBO già esistente può Risponsorizzarsi con uno Sponsor diverso a condizione che, nei 12 mesi precedenti:

- 1) Sia stato un FBO;
- 2) Non abbia effettuato alcun acquisto;
- 3) Non abbia Sponsorizzato nessuno nell'attività FLP.

(c) L'FBO che intende Risponsorizzarsi potrà utilizzare la procedura disponibile nell'Area Riservata del sito aziendale oppure fare richiesta all'Assistenza Clienti.

(d) Il contratto di adesione viene concluso tra la Forever Living Products Italy S.r.l. ed un unico soggetto cui viene conferito l'incarico alla raccolta degli ordini ed è il titolare del relativo rapporto giuridico. I Soggetti indicati quali "secondo intestatario" e/o "secondo nominativo" o ancora "persona nominata nell'attività", riferite al coniuge, consentono allo stesso lo svolgimento dell'attività secondo i limiti e le modalità qui appresso indicate:

- 1) Se è presente un secondo nominativo sulla Scheda di Adesione dell'FBO che si Risponsorizza, lui o lei, non sarà incluso come parte dell'Attività dell'FBO Risponsorizzato. Tale secondo intestatario sarà perciò idoneo a Risponsorizzarsi sotto il proprio coniuge (partner/convivente) o direttamente sotto il relativo Sponsor, avendo soddisfatto i requisiti elencati ai paragrafi (a) e (b) di questa sezione.
- 2) Se il secondo intestatario desidera Risponsorizzarsi sotto il nominativo principale dell'Attività dell'FBO, che non sia stato Risponsorizzato, può farlo senza dover soddisfare i requisiti elencati ai paragrafi (a) e (b) di questa sezione.
- 3) Se il coniuge di un FBO desidera iniziare la propria Attività Forever, deve farlo Sponsorizzandosi direttamente sotto il proprio coniuge o direttamente sotto lo Sponsor del coniuge, senza dover soddisfare i requisiti elencati al paragrafo 14.01 di questa sezione.

(e) Un FBO che sia stato Risponsorizzato ricomincia come Promoter sotto il nuovo Sponsor e perde qualsiasi Downline acquisita fino a quel momento in tutti i Paesi in cui è stato precedentemente Sponsorizzato.

(f) Un Promoter che sia stato Risponsorizzato viene considerato come Nuova Sponsorizzazione ai fini del calcolo di tutti gli incentivi.

(g) Se l'FBO che si sta Risponsorizzando è un Manager Riconosciuto Sponsorizzato e ha nel suo gruppo dei Manager Riconosciuti di 1a Generazione, questi Manager saranno classificati come Manager Ereditati nella 1a Generazione del precedente Sponsor.

(h) Non vi può essere cessione del contratto da Incaricato alle Vendite, come previsto e disciplinato dall'art.1406 del Codice Civile: esso è strettamente personale.

(i) Tutti gli Incaricati che cessano l'attività devono attendere almeno dodici (12) Mesi dalla data di ricevimento dell'avviso di cessazione da parte della Sede FLP prima di presentare una nuova domanda, che rimane all'approvazione dell'Azienda.

(j) Un Incaricato che ne abbia Sponsorizzato un altro, perderà i benefici quale Sponsor nel caso il suo rapporto di Incaricato cessi per qualsiasi ragione e/o causa e/o motivo.

(k) Un Incaricato che abbia richiesto il passaggio a Cliente Club dovrà considerare che a tal fine il codice stipulato in qualità di Incaricato alle Vendite verrà terminato e a far data dalla terminazione comunicata dovrà attendere dodici (12) Mesi per presentare nuovamente una Scheda di Adesione all'Azienda che possa essere accettata con indicazione di altro Sponsor che non sia quello precedentemente selezionato.

(l) Un Cliente Gold già esistente può essere Risponsorizzato trascorsi dodici (12) Mesi dall'ultimo acquisto.

(m) Un Cliente Premium già esistente può essere Risponsorizzato trascorsi sei (6) Mesi dal primo acquisto.

14.02 (a) Se un FBO ha diversi Sponsor in Paesi che si sono successivamente accorpati in un'unica Sede, può procedere secondo uno dei seguenti modi:

- 1) Rinunciare all'Attività Forever e a qualsiasi Downline esistente nel Paese in cui ha Sponsorizzato l'ultima volta (a condizione che non abbia acquistato alcun prodotto o Sponsorizzato nessuno negli ultimi dodici (12) mesi in quel Paese) conservando, così, l'Attività Forever sotto lo Sponsor che è sulla propria Scheda di Adesione originale. Manterrà l'attuale livello di vendite raggiunto nel Piano Marketing e la Downline dell'attività ceduta passerà al primo Sponsor in Upline.
- 2) Considerare le Attività Forever separatamente; il Paese di Competenza dello Sponsor originale sarà il principale in cui qualificarsi come Attivo ogni Mese. In seguito a tali qualifiche, l'Attività Forever secondaria riceverà un Esonero dei 4 CC Attivi.

15. POLITICHE DI SPONSORIZZAZIONE INTERNAZIONALE

15.01 (a) Forever Living Products ha elaborato un programma che offre agli Incaricati di tutto il mondo l'opportunità di espandere la propria attività in tutte le Nazioni in cui FLP ha stabilito ufficialmente una Sede Operativa in conformità delle leggi di quel Paese. Questo regolamento riguarda tutte le Sponsorizzazioni Internazionali dopo il 22 Maggio 2002.

(b) Un Incaricato alle Vendite può essere abilitato in un Paese al di fuori del suo Paese d'origine con le seguenti modalità:

1) Contattando la Sede del proprio Paese di Competenza, chiedendo di essere abilitato nel Paese desiderato. Per FLP Italia la richiesta deve essere inviata via e-mail ad international@foreverliving.it, o via fax allo 06.88698200, indicando le proprie generalità (nome, cognome, indirizzo di residenza, codice ID).

2) Il codice Identificativo originario viene utilizzato in tutte quelle Nazioni in cui è stata richiesta la Sponsorizzazione Internazionale.

3) Lo Sponsor dell'Incaricato sarà la persona che appare come Sponsor nella prima Scheda di Adesione accettata da FLP, tranne nel caso di una Risponsorizzazione.

4) L'FBO inizierà automaticamente dal livello raggiunto sino a quel momento in tutti i Paesi in cui avrà richiesto la Sponsorizzazione Internazionale.

5) Quando un FBO raggiunge un livello con Case Credits accumulati in un unico Paese, diventa effettivo in tale Sede immediatamente dopo la qualifica e si convalida in tutti gli altri Paesi il Mese successivo. Se l'FBO raggiunge un Livello (solo Supervisor, Assistant Manager, Manager) accumulando Case Credits provenienti da diversi Paesi, diventa effettivo in tutti i Paesi il 15 del Mese successivo alla qualifica.

6) Una volta raggiunto lo stato di FBO Attivo nel proprio Paese di Competenza, l'FBO sarà considerato Attivo in tutti gli altri paesi il Mese successivo, indipendentemente dalla qualifica raggiunta.

7) Se un FBO che non è ancora Manager nel suo Paese di Competenza e si qualifica come Manager in un Paese straniero, e non vi sono FBO in Down-line che si qualificano al livello di Manager durante lo stesso periodo di qualifica, per essere un Manager Riconosciuto dovrà essere Attivo durante il periodo di qualifica. Se invece, all'interno della Down-line, un FBO raggiunge il livello Manager durante lo stesso periodo di qualifica, per essere un Manager Riconosciuto

dovrà essere Attivo durante l'ultimo mese del periodo di qualifica del FBO in qualifica ed avere almeno 25 Case Credits Personali e Non-Manager (provenienti da down-line diverse rispetto a quella del Manager in qualifica) nel Paese di origine o nel Paese di Qualifica, durante l'ultimo mese di qualifica del FBO.

8) Quando un Incaricato sposta la sua residenza in un altro Paese, deve comunicarlo al Paese precedente in modo che l'indirizzo possa essere cambiato e che gli possa essere assegnato un nuovo Paese di Competenza.

(c) Un Promoter può essere registrato e assegnato allo stesso FBO in più Paesi, tuttavia i Case Credits dei suoi acquisti non possono essere cumulati tra più Paesi per la qualifica da FBO.

(d) Un cliente Premium può essere registrato e assegnato allo stesso FBO in più paesi, tuttavia i Case Credits dei suoi acquisti non possono essere combinati da più paesi per qualificarsi per lo sconto del 30% o qualificarsi come Assistant Supervisor.

(e) Qualsiasi spesa o commissione necessaria per il pagamento di Bonus esteri applicata da terzi (istituti di credito) sarà a carico dello stesso FBO.

16. ATTIVITÀ PROIBITE

- 16.01** (a) La decisione del Comitato Direttivo di far recedere dal contratto l’FBO o di negare, ridefinire o aggiustare gli sconti personali, bonus, Case Credits, provvigioni, o qualunque altro incentivo per qualunque altro FBO coinvolto in attività che non sono conformi alla Company Policy e al Codice di Condotta Professionale. L’intenzionalità di ignorare o trascurare la Company Policy e il Codice di Condotta Professionale o azioni intente a ledere la reputazione o arrecare danno da parte di un FBO saranno trattate con rigore, incluso la cessazione o eventuali azioni legali per danni.
- 16.02** Le attività vietate che portano alla risoluzione del contratto per Incaricati e al risarcimento per eventuali danni causati dalle stesse si includono espressamente le seguenti:
- 1) le attività che inducono Clienti o Incaricati, potenziali o iscritti, a modificare il proprio Sponsor;
 - 2) l’induzione o la persuasione di un Incaricato a cessare il proprio rapporto con FLP;
 - 3) le attività che inducono Incaricati di altre aziende di Network Marketing a diventare Incaricati Forever;
 - 4) la stampa, riproduzione o distribuzione di materiale non autorizzato da FLP Italy;
 - 5) la promozione o la vendita di qualsiasi strumento di pubblicità/vendita, materiale formativo, siti internet (nomi di dominio), App o altro non forniti direttamente dall’Azienda, ad eccezione che questa pratica sia rivolta agli FBO delle proprie Downlines. In tal caso il materiale destinato alla vendita deve essere approvato preventivamente, per iscritto, da Forever e venduto ad un prezzo ragionevole e di mercato;
 - 6) l’utilizzo di asserzioni sugli effetti dei prodotti a marchio FLP non approvate da FLP o l’effettuare previsioni di introiti non veritieri in merito ai possibili guadagni derivanti dall’attività di Incaricato;
 - 7) l’acquisto di prodotti in quantità superiori a quelle necessarie a soddisfare le effettive necessità di uso/consumo personale e/o promozionale;
 - 8) la vendita o esposizione di prodotti/servizi a marchio FLP, salvo quanto espressamente indicato nella presente Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale);
 - 9) la promozione o la vendita di prodotti non autorizzati presso i Product Center o durante i meeting;
 - 10) le attività che possono screditare l’Azienda, gli altri Incaricati, dipendenti FLP e/o il Piano Marketing FLP;

- 11) l'alterazione del packaging, delle etichette o delle istruzioni per l'uso di qualsivoglia prodotto FLP; il consigliare (ed il presentare) il prodotto FLP in maniera diversa da come indicato dalla letteratura aziendale;
- 12) qualsivoglia violazione dei termini e delle condizioni contenute sulla presente Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale);
- 13) la simulazione di vendite e/o di acquisti di prodotti al solo scopo di incrementare il proprio volume personale, di avanzare di livello nel Piano Marketing e partecipare agli Incentivi aziendali;
- 14) il pubblicizzare i prodotti ad un prezzo di vendita diverso rispetto a quello riportato nel listino prodotti ufficiale di FLP;
- 15) l'induzione di altri Incaricati a violare le regole di cui sopra.

Il tutto, fermo restando che FLP potrà revocare la nomina di Incaricato alle Vendite a domicilio a propria discrezione ed in qualsiasi momento, secondo quanto previsto dalla Legge n.173/2005.

(a) **Sponsorizzazione fraudolenta.** In ottemperanza agli articoli 6 e 7 della Legge n. 173/2005 è vietata l'implementazione e promozione, da parte degli Incaricati, di forme di vendita piramidali. Tra le attività espressamente vietate all'Incaricato vi è l'“Acquisto dei Bonus”. Per “Acquisto dei Bonus” si intende tra l'altro, ai fini del presente documento:

- 1) il reclutamento di persone che non siano a conoscenza di e/o non abbiano stipulato una Scheda di Adesione;
- 2) il reclutamento fraudolento di una persona come Incaricato Indipendente;
- 3) il reclutamento o tentato reclutamento di persone inesistenti come Incaricati Indipendenti o Clienti (“fantasmi”) al fine di raggiungere i requisiti per l'assegnazione di provvigioni o Bonus;

(b) **Acquisto dei bonus.** In aggiunta alle anzidette condotte considerate “Acquisto dei Bonus”, ad un FBO è vietato ordinare prodotti in misura eccedente la quantità necessaria a soddisfare le esigenze di uso/consumo personale. Agli FBO è vietato acquistare prodotti o incoraggiare altri FBO ad acquistare prodotti esclusivamente ai fini della qualificazione ai bonus e dall'utilizzare qualsiasi altro meccanismo mediante il quale vengano effettuati acquisti per massimizzare commissioni o bonus. Al fine di garantire che non si stia verificando l'Acquisto dei Bonus:

- 1) L'acquisto dei prodotti dall'Azienda da parte di terzi per conto di un Incaricato e l'acquisto di prodotti in quantità superiori a quelle necessarie a soddisfare le immediate necessità di uso personale e promozionale, non sono autorizzati e determineranno la perdita delle qualifiche illegittimamente ottenute o nei casi più gravi la risoluzione del contratto.
- 2) L'Azienda sarà comprensiva nell'applicazione della politica di reso riguardo una terminazione dell'Attività Forever, ma FLP non riprenderà indietro né emetterà rimborsi su prodotti certificati come consumati o venduti. Il riportare

il falso sulla quantità di prodotto venduto o consumato per avanzare nel Piano Marketing sarà presupposto per la risoluzione del contratto.

3) Per dissuadere l'FBO dall'incoraggiare altri FBO ad eludere il divieto di accumulare prodotti, l'Azienda addebiterà all'Upline dell'FBO terminato i bonus pagati sul prodotto restituito dallo stesso.

(c) **Delega per acquisto.** Ad un FBO è vietato l'acquisto di prodotti sotto qualsiasi nominativo che non sia il proprio.

(d) **Vendite ad altri FBO.** L'attività di vendita al dettaglio non è ammessa. Pertanto, ad un FBO è vietato vendere prodotti ad altri FBO. Conseguentemente, qualsiasi vendita ad altro FBO, direttamente o indirettamente, è una transazione proibita sia per la vendita che per l'acquisto e l'equivalente in Case Credits di tale vendita vietata non varrà ai fini del soddisfacimento dei requisiti per essere Attivo, per il raggiungimento di qualifiche e per qualsiasi altro vantaggio all'interno del Piano Marketing. Verranno, pertanto, operate le dovute correzioni per rendere la raccolta ordini conforme al vigente regolamento aziendale.

(e) A un FBO è vietato intraprendere attività vietate in tutte le sezioni del 17.10, 19.02 e 20 come qui enunciato.

(f) A un FBO è vietata qualsiasi azione o omissione che evidenzii intenzionalmente disattenzione e colpa grave delle Politiche Aziendali o del Codice di Condotta Professionale.

(g) **Vendita nei Negozi.**

1) In ottemperanza alla Legge n. 173/2005 l'Incaricato può raccogliere gli ordini presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trova. Fanno eccezione gli edifici militari. L'Incaricato può partecipare a manifestazioni e fiere a fini promozionali. In tali circostanze è consentita, ai fini dell'attività di promozione, l'esposizione di materiale promozionale, letteratura e campioncini, di confezioni di prodotti. L'attività di promozione dei prodotti a marchio Forever deve essere svolta esclusivamente con l'utilizzo del materiale promozionale aziendale. È possibile utilizzare i prodotti come tester per la clientela. Per maggiore chiarezza di seguito vengono elencate alcune situazioni particolari e le relative restrizioni.

a. Mercato rionale: si intende un'area attrezzata stabile destinata all'esercizio quotidiano del commercio di qualsiasi bene o servizio. In tali ambienti non è consentito esporre le confezioni di prodotti a marchio Forever, siano esse piene o vuote. È autorizzata esclusivamente la raccolta di ordini/nominativi. La presenza non può essere permanente e superiore ai 15 giorni di calendario.

b. Mercato all'aperto: si intende un'area destinata regolarmente, con cadenza periodica, all'esercizio del commercio di prodotti o servizi. In tali circostanze l'Incaricato deve fare riferimento alle indicazioni fornite al punto (a).

c. Fiere rionali/sagre di paese/manifestazioni occasionali, anche nel settore animale, che siano legate o no al settore del benessere e della bellezza. In tali circostanze l'Incaricato deve fare riferimento alle indicazioni fornite in merito alle fiere e alle manifestazioni.

d. Stand all'aperto: l'Incaricato deve fare riferimento alle indicazioni fornite al punto (a).

e. Spiagge/stabilimenti balneari: l'Incaricato deve fare riferimento alle indicazioni fornite in merito alle fiere e alle manifestazioni.

f. Circoli privati/associazioni/CRAL: in tali circostanze l'Incaricato deve fare riferimento alle indicazioni fornite in merito alle fiere e alle manifestazioni.

g. Stand in centro commerciale: l'Incaricato deve fare riferimento alle indicazioni fornite al punto (a). Si precisa che la presenza con stand presso centri commerciali non può essere superiore a 15 giorni di calendario ed è necessaria, oltre all'autorizzazione del centro stesso, anche quella aziendale.

h. Manifestazioni natalizie/pasquali: su autorizzazione aziendale che valuta caso per caso.

i. Open Day in ambienti di negozi al dettaglio: qualora l'Incaricato sia anche titolare/collaboratore di attività commerciale in negozio al dettaglio e desideri organizzare per la propria clientela un Open Day con i prodotti Forever, lo può fare, purché non vi sia esposizione di prodotti a carattere permanente. I prodotti devono essere utilizzati/esposti all'interno del negozio per la sola durata del Party/Open Day. Si intendono come eventi speciali e non a carattere permanente.

l. Distributori automatici: è vietata la vendita attraverso distributori automatici.

m. La partecipazione ad una manifestazione per la quale è necessaria l'autorizzazione aziendale prevede che il Manager sia l'unico responsabile. Per agevolare l'attività il Manager di riferimento può delegare Incaricati che ancora non hanno raggiunto tale qualifica, assumendosi la completa responsabilità per quanto riguarda il regolamento aziendale. Accetta così un'eventuale sospensione del codice in caso di comportamento contrario al regolamento aziendale. Il periodo di sospensione è stabilito dal Comitato Direttivo in vigore. La richiesta di autorizzazione deve essere firmata dal delegato e controfirmata dal Manager di riferimento. L'Incaricato può altresì raccogliere gli ordini e svolgere l'attività promozionale nelle attività di servizi legati al benessere, estetica, fitness e simili ai quali, nei limiti e nel rispetto delle vigenti normative, sarà permesso di esporre e promuovere prodotti all'interno di tali ambienti. È comunque vietato loro di esporre insegne e/o prodotti in vetrine esterne, al fine di pubblicizzare la vendita, l'Azienda o i suoi prodotti. È invece possibile proporre e servire le bevande a base di Aloe e i prodotti simili nei ristoranti e nei bar. Salvo quanto previsto dal presente documento, l'Incaricato può promuovere la nostra linea di prodotti Forever unicamente nella confezione originale.

2) Un FBO che ha un ufficio orientato a servizi quali, un barbiere, un salone di bellezza o un centro benessere è autorizzato a mostrare e vendere prodotti all'interno di tale ufficio,

negozio o club. Tuttavia, sono vietati cartelli esterni o vetrine da parte dell’FBO per pubblicizzare la vendita di prodotti dell’Azienda.

3) In tutti i casi a un FBO è vietato promuovere la vendita di qualsivoglia prodotto a marchio Forever tranne che nella sua confezione originale. Tuttavia, i prodotti possono essere promossi e serviti nei ristoranti al bicchiere o alla porzione.

(i) **Uso di letteratura non autorizzata.** La previa approvazione scritta dell’Azienda è necessaria per l’utilizzo, la produzione o la vendita di ausili alla vendita diversi da quelli forniti da FLP.

1) A un FBO è vietata la promozione o la vendita di materiale di formazione, siti web o App non forniti da FLP, se non agli FBO all’interno della propria Downline. Tali materiali offerti in vendita alla propria Downline devono essere approvati per iscritto da FLP e venduti a un prezzo ragionevole e di mercato.

(j) **Vendite online.** È vietato ad un FBO effettuare transazioni per la vendita di prodotti di Forever utilizzando qualsiasi canale di vendita basato su Internet (es., eBay, Amazon, etc.) che sia diverso da quello fornito dall’Azienda per la vendita al dettaglio su www.foreverliving.it o sul sito Web di terze parti approvato dalla Società.

(k) **Vendite a terzi a scopo di rivendita.** A un FBO è vietato vendere prodotti FLP a chiunque per fini di rivendita o affidare ad altri la vendita di prodotti FLP.

(l) **Sponsorizzazione di un FBO in un’altra Azienda.** A un FBO è vietato, direttamente o indirettamente, contattare, sollecitare, persuadere, iscrivere, sponsorizzare o accogliere qualsiasi cliente, che sia cliente FLP o sia stato un FBO o Cliente negli ultimi dodici (12) mesi, o incoraggiare tale persona in qualsiasi modo per promuovere opportunità nei programmi di marketing di qualsiasi società di vendita diretta diversa da FLP.

(m) **A un FBO è vietato denigrare altri FBO,** ovvero i prodotti e/o servizi FLP, il Piano Marketing, il Piano di Remunerazione, o i dipendenti FLP ad altri FBO o terze parti. Eventuali domande, suggerimenti o commenti relativi a questi aspetti devono essere indirizzati per iscritto esclusivamente agli uffici aziendali di FLP.

(n) **Dichiarazioni sui prodotti (Medical/Health Claims).** Gli FBO non possono comunicare, espressamente o implicitamente, che i prodotti di Forever possono prevenire, diagnosticare, trattare o curare qualsiasi patologia o condizione medica. I prodotti Forever destinati ad essere assunti per via orale sono integratori alimentari e come tali sono regolamentati in tutto il mondo come alimenti. I prodotti destinati ad essere usati sul corpo sono regolamentati in tutto il mondo come cosmetici. Forever non produce o commercializza prodotti che possono essere considerati o descritti come medicinali, trattamenti o cure. Gli FBO devono raccomandare a tutti i clienti attualmente in cura da un medico o sottoposti a qualsiasi trattamento farmacologico, di consultare il proprio medico prima di assumere qualsiasi integratore alimentare o modificare il

proprio regime dietetico. La Forever si riserva di realizzare ogni azione per garantire, nell'interesse comune, il rispetto di quanto sopra.

(o) **Dichiarazioni sui guadagni.** Gli FBO non possono fare alcuna dichiarazione, espressamente o implicitamente, riguardante l'importo o livello di reddito, incluso il reddito a tempo pieno o part-time, che un potenziale FBO può ragionevolmente aspettarsi di guadagnare. Le rappresentazioni implicite del reddito che un FBO può ragionevolmente aspettarsi di guadagnare includono, ma non sono limitate a, rappresentazioni e/o immagini utilizzate per mostrare uno stile di vita notevolmente migliorato, lussuoso o sfarzoso. È altresì vietato utilizzare tali informazioni a scopo di reclutamento e/o presentazione dell'attività.

(p) **Attività operativa tramite delega.** Un'Attività Forever, e qualsiasi Downline risultante, creata o gestita da una persona delegata, intenzionalmente o inavvertitamente, è vietata e deve essere adeguata nel rispetto delle Politiche Aziendali e del Codice di Condotta Professionale da parte del Comitato Esecutivo.

(q) **Esportazione del prodotto.** Un FBO è autorizzato ad acquistare un prodotto allo scopo di vendere e utilizzare tale prodotto nel Paese in cui è stato acquistato. È vietato ad un FBO acquistare prodotti allo scopo di esportare detti prodotti in un Paese al di fuori del Paese in cui è stato acquistato, ad eccezione del suo uso personale/ consumo e familiare in un Paese in cui non esista una Sede FLP autorizzata, senza il consenso scritto da parte della Casa Madre.

(r) **Pubblicità riguardo il prezzo del prodotto.** A un FBO è vietata qualsiasi forma di pubblicità dei prodotti FLP a qualsiasi prezzo che sia inferiore al prezzo al dettaglio suggerito. Questo include un prezzo dichiarato o qualsiasi altra formula che riduca il prezzo pagato per qualsiasi prodotto Forever al di sotto di quello di SRP.

(s) A un FBO è vietato tentare in qualsiasi modo di indurre, costringere o persuadere qualsiasi altro FBO a porre fine alla sua posizione contrattuale con FLP, cessare l'attività FLP e/o ridurre il proprio volume d'affari per qualsiasi motivo.

17. POLITICHE AZIENDALI

- 17.01** (a) Il rapporto dell'Incaricato con la Forever è di natura contrattuale. Solo gli individui adulti che abbiano raggiunto almeno l'età di diciotto (18) anni e che siano in possesso dei requisiti di onorabilità previsti dall'art.71, D.lgs. n.59/2010, possono stipulare un contratto con la Forever in qualità di Incaricati.

1) Un FBO è autorizzato, a determinate condizioni, a registrare un'impresa a stretto contatto per consolidare la propria Attività Forever. Un'impresa strettamente controllata deve essere definita come un'impresa detenuta dall'FBO primo intestatario o, se richiesto dalla legge o approvato da FLP, saranno ammessi due (2) azionisti, proprietari, membri o fiduciari che dovranno essere direttamente coinvolti nell'attività quotidiana dell'impresa (di seguito denominata "impresa"). Oltre all'osservanza di tutti i requisiti standard dell'Attività Forever e delle Politiche Aziendali FLP e del Codice di Condotta Professionale, ai singoli FBO sarà richiesto di stipulare un Contratto di Impresa Forever che comprenderà, e sarà incorporato e considerato parte del Contratto da Incaricato Indipendente Forever, che delinea i termini e le condizioni aggiuntivi in base ai quali l'FBO accetta di operare come Impresa. Il contratto d'Impresa per l'Attività Forever può essere ottenuto nel collegamento Moduli e Download disponibile in My Business dopo aver effettuato l'accesso come FBO su foreverliving.com.*

*2)** L'FBO è l'unico responsabile della ricerca di consulenza professionale individuale in merito alla costituzione di un'entità commerciale, i suoi effetti fiscali e qualsiasi altra questione legale contingente. La FLP rifiuta esplicitamente qualsiasi responsabilità relativa alla decisione di un FBO di gestire la propria Attività Forever come un'Impresa. FLP non rappresenta né fornisce alcuna consulenza fiscale, contabile o legale in merito all'assegnazione della propria Attività Forever a un'Impresa.*

*3)*** L'Azienda non sarà responsabile per eventuali perdite di profitto, danni indiretti, diretti, extra-ordinari o consequenziali e per qualsiasi altra perdita sostenuta o subita da parte di un FBO a seguito del trasferimento della propria distribuzione dal proprio nome ad un'impresa.*

()(**)(***) le voci ivi riportate sono regolamentazione esclusivamente Statunitense, ai sensi della Legge n. 173/2005, in Italia l'attività di Incaricato alle Vendite a domicilio può essere svolta esclusivamente da persone fisiche/individui e non da società/persone giuridiche.*

- (b) Tutti gli Incaricati sono considerati Incaricati alle Vendite Indipendenti. Devono svolgere la loro attività nel rispetto delle condizioni indicate nella Scheda di Adesione da loro sottoscritta, in osservanza della Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) e delle vigenti normative nei Paesi in cui operano.

(c) L'attività viene svolta esclusivamente dall'Incaricato i cui dati siano stati comunicati alla Questura competente e sia stato munito di apposito tesserino identificativo, come riportato nella Scheda di Adesione.

(d) Un FBO sarà ritenuto responsabile della corretta gestione della sua Attività Forever, in particolare ma non solo, nell'impedire ai membri della famiglia di utilizzare le informazioni ottenute attraverso tale Attività Forever per raggiungere la conformità richiesta alle Politiche Aziendali e al Codice di Condotta Professionale o lo sviluppo dell'Attività Forever dell'FBO. L'incapacità dell'FBO di gestire correttamente la propria Attività Forever può comportare la risoluzione del relativo contratto da parte di FLP.

(e) Nel caso in cui la Downline di un FBO Sponsorizzi in un paese straniero e l'FBO non sia stato precedentemente Sponsorizzato in quel paese, l'FBO sarà automaticamente Sponsorizzato in quel paese straniero e accetterà le politiche e le leggi locali di quel paese straniero e accettando di essere vincolato dalle politiche di risoluzione delle controversie qui stabilite.

- 17.02** Tutti gli Incaricati, nel momento in cui firmano la Scheda di Adesione per diventare Promoter dichiarano di visionare e accettare i termini contenuti nella Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) che include le istruzioni per l'Incaricato, il Piano Marketing e il Codice di Comportamento della Vendita Diretta (Avedisco).
- 17.03** Un FBO può sviluppare le proprie tecniche di marketing, purché non violino alcuna regola, regolamento dell'Azienda o normativa applicabile.
- 17.04** La Sponsorizzazione e la creazione di Downline per procura non è consentita. Per qualsiasi tipo di coinvolgimento da parte di un Incaricato in attività che contrastino con quanto previsto dalla presente Politica Aziendale, Forever potrà decidere di porre termine all'attività di Sponsorizzazione e di riconsiderare Bonus, Case Credits e premi, fatto salvo il diritto di FLP ad agire per il risarcimento dei danni eventualmente subiti in conseguenza di tale violazione.
- 17.05** Ad eccezione della Risponsorizzazione e del Cambio Sponsor di un Promoter, è contrario alla Politica Aziendale che gli Incaricati cambino "Sponsor". Se le nuove domande di Adesione sono presentate con l'intento di cambiare Sponsor, tali domande verranno rifiutate. Forever considererà valida solo la prima Scheda di Adesione ricevuta.
- 17.06** Quando un FBO sposta la residenza in un altro Paese, deve comunicarlo alla Sede FLP del precedente Paese di residenza in modo che l'indirizzo possa essere cambiato e che l'FBO venga assegnato ad una nuova Sede FLP, sempre che il medesimo soddisfi i requisiti previsti da tale nuovo Paese di residenza per l'esercizio dell'attività Forever.

17.07 Errori o domande. Se un FBO ha domande o ritiene che siano stati commessi degli errori riguardanti lo Sconto Personale, i Bonus, i resoconti dell'attività, gli addebiti o le modifiche della Downline, deve comunicarlo a FLP entro sessanta (60) giorni dalla data del presunto errore o dell'episodio relativo alla domanda. FLP darà seguito a richieste relative ad eventuali errori, omissioni o problemi non segnalati entro sessanta (60) giorni.

17.08 Cessazione volontaria.

(a) Un FBO può recedere in qualsiasi momento dal contratto concluso, ponendo fine alla sua Attività Forever, presentando una richiesta scritta, firmata per presa visione da tutte le persone nominate che appaiono nell'attuale Attività Forever approvata.

(b) In seguito all'esercizio del diritto di recesso da parte di un FBO, il contratto perde ogni efficacia anche con riferimento all'attività eventualmente prestata in collaborazione dal coniuge il cui nominativo viene indicato nel contratto.

(c) Dopo 12 mesi, un FBO cessato può richiedere nuovamente l'approvazione della Sede Principale. Dopo tale approvazione, l'FBO entrerà come Promoter senza che sia ripristinata la precedente Downline.

(d) Se l'FBO cessato è un Manager Riconosciuto Sponsorizzato e ha nel suo gruppo uno o più Manager Riconosciuti di 1a Generazione, questi saranno classificati come Manager Ereditati per lo Sponsor appena assegnato in Upline.

17.09 Cessazione o Sospensione con Causa.

(a) La risoluzione di un contratto di FBO per qualsiasi causa/ragione/motivo comporta la cessazione di qualsivoglia diritto dell'FBO, inclusi quello di promuovere ed acquistare i prodotti Forever. L'Incaricato non potrà, inoltre, più qualificarsi per Bonus e Provvigioni e non potrà partecipare agli Incentivi Aziendali.

(b) Un FBO cessato sarà tenuto, su richiesta di FLP, a rimborsare e restituire a FLP eventuali incentivi e/o bonus ricevuti da FLP a partire dalla data delle attività che hanno causato tale risoluzione. Dopo aver recuperato eventuali costi e/o danni derivanti dalla condotta dell'FBO cessato, i bonus incassati, derivanti da tale risoluzione saranno pagati al successivo FBO qualificato in Upline che non violi alcuna delle Politiche Aziendali e del Codice di Condotta Professionale.

(c) Dopo dodici (12) Mesi, un FBO cessato può richiedere nuovamente la nomina ad Incaricato alle Vendite. Dopo tale approvazione, l'FBO entrerà come Promoter senza che sia ripristinata la precedente Downline.

(d) La sospensione è una situazione temporanea che vieta ad un FBO di effettuare ordini, ricevere pagamenti di Bonus e sponsorizzare altri FBO.

(e) I pagamenti spettanti ad un FBO Sospeso saranno trattenuti fino a quando lo status dell'FBO non verrà ripristinato o definitivamente cessato. Qualora l'FBO venga reintegrato, i compensi eventualmente trattenuti saranno erogati a quest'ultimo; in caso contrario, tali compensi saranno erogati in conformità con il Piano Marketing.

(f) Se l’FBO cessato è un Manager Riconosciuto Sponsorizzato e ha nel suo gruppo uno o più Manager Riconosciuti di 1a Generazione, questi Manager saranno classificati come Manager Ereditati allo Sponsor appena assegnato in Upline.

17.10 Politiche Internet.

(a) **Vendita di Prodotti Online.** A ciascun Incaricato Forever viene offerta l’opportunità di acquistare un sito web come Incaricato Forever, approvato per la promozione dei prodotti online tramite un link diretto al sito web di vendita di Forever www.foreverliving.it. Gli ordini online vengono evasi direttamente da Forever sul sito web. Il link Internet è predisposto in modo tale che le pagine Forever rimangano all’interno del sito web dell’Incaricato. Virtualmente, gli ospiti non escono mai dal sito web dell’Incaricato. Al fine di preservare l’integrità del nome Forever, della linea di prodotti Forever e del rapporto Incaricato/consumatore, gli Incaricati non possono vendere alcun prodotto di marca Forever online tramite il proprio sito web indipendente; le vendite di prodotti, difatti, vengono poste in essere esclusivamente (e direttamente) da Forever. Il materiale di Marketing e la letteratura promozionale privi di autorizzazione scritta da parte di Forever non possono essere utilizzati e/o venduti dall’Incaricato Forever. Le vendite tramite e-commerce possono essere effettuate solo direttamente dal sito web Forever ufficiale o attraverso un link all’indirizzo www.foreverliving.it. È altresì vietata la vendita di prodotti attraverso mezzi di Marketing online, negozi online o siti di aste fra i quali eBay o Amazon.com. Gli Incaricati non possono promuovere la vendita di prodotti Forever al fine della rivendita da parte dell’acquirente. I siti web degli Incaricati Forever sono consentiti per finalità di Marketing e promozione, ma non per la vendita e-commerce di prodotti o per la Sponsorizzazione degli Incaricati.

(b) La Sponsorizzazione online dei Promoter non è ammessa se non nell’ambito del sito web ufficiale Forever all’indirizzo www.foreverliving.it, a cui si acceda tramite un link.

(c) I siti web indipendenti dell’FBO che commercializzano e promuovono i prodotti o le opportunità di attività, senza vendite online o Sponsorizzazioni, sono consentiti a condizione che siano conformi o modificati per conformarsi alle Politiche Aziendali e al Codice di Condotta Professionale.

(d) Gli Incaricati non possono utilizzare il nome “Forever Living Products” nei banner online, negli annunci display e negli annunci dei motori di ricerca (ad esempio Google Ads) o qualsiasi marchio, nome commerciale, denominazione di prodotto, nome di dominio (URL) ad esso associato, né copiare o utilizzare qualsiasi materiale Forever, sull’identità della fonte e/o creare la percezione in qualsiasi modo che l’utente visiti il sito, che possa creare malintesi o confondere l’utente ufficiale di Forever e/o di qualsiasi società collegata a Forever. Le denominazioni di prodotto Forever sono di proprietà esclusiva di Forever e non possono essere utilizzate da alcun Incaricato sotto forma di link Sponsorizzato e per qualsiasi altro scopo non autorizzato. I singoli siti web degli Incaricati Forever devono indicare chiaramente di appartenere ad un Incaricato Forever. il nome del sito web dovrà essere approvato dalla società.

L’URL o il dominio di visualizzazione deve corrispondere alla pagina di destinazione.

(e) Gli Incaricati devono collegare tramite un link i propri siti web al sito web Forever ufficiale creato e gestito da Forever all'indirizzo www.foreverliving.it.

(f) Tutti i siti web degli Incaricati devono rappresentare e rimandare esclusivamente a società o prodotti che recano l'etichetta Forever e devono essere caratterizzati da contenuti moralmente appropriati.

(g) **Pubblicità Informatica.** Saranno permessi i siti web indipendenti dell'FBO che siano stati preventivamente approvati per iscritto dall'Azienda o di cui facciano parte banner o annunci esposti conformi alle linee guida pubblicitarie dell'Azienda stessa. I banner o gli annunci esposti devono essere sottoposti all'approvazione della Società prima della pubblicazione online e devono collegare l'utente al sito Web dell'Azienda o ad un sito Web indipendente dell'FBO che sia stato preventivamente approvato per iscritto dall'Azienda stessa. Tutta la pubblicità informatica è soggetta e regolamentata dalle Politiche Aziendali e dal Codice di Condotta Professionale relativo alle linee guida pubblicitarie e promozionali. Fra le attività proibite in materia di pubblicità informatica rientrano le seguenti:

- 1) siti web personali e indipendenti, nonché gruppi e pagine di Social Media che utilizzino indebitamente il nome dell'Azienda senza specificare il nome dell'Incaricato cui fanno capo o del responsabile dei contenuti pubblicati;
- 2) l'utilizzo o l'acquisto di domini che possano indurre in errore altri Incaricati e Clienti, esistenti o potenziali che possano così scambiare tali siti per il sito ufficiale di FLP;
- 3) la visualizzazione del nome di dominio non corrispondente al reale dominio del sito web dell'Incaricato;
- 4) l'utilizzo indebito da parte degli Incaricati del marchio, nome commerciale, denominazione di prodotto, nonché l'indicazione di ruoli e/o cariche ricoperte in Forever;
- 5) l'inserimento della propria attività nei motori di ricerca se non indica espressamente il nome dell'Incaricato Indipendente e i relativi recapiti.

18. REQUISITI LEGALI

18.01 Risoluzione delle Controversie/Deroga Contrattuale.

Ogni controversia che dovesse insorgere tra la Forever ed i suoi funzionari, impiegati, Incaricati in relazione all'interpretazione, validità o esecuzione della presente Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) dovrà essere sottoposta dalle parti in lite a un tentativo di un bonario componimento della controversia. Nel caso in cui non dovesse esserci esito positivo, la controversia devoluta al Foro competente.

18.02 Trasferimenti Testamentari.

(a) La posizione di Incaricato non è trasferibile. In caso di decesso di un FBO l'Attività Forever, previo consenso espresso di Forever Living Products Italy S.r.l., potrà essere trasferita all'erede testamentario o legittimo, previa esibizione della relativa dichiarazione di successione. La successione nel rapporto contrattuale potrà avvenire esclusivamente in favore di un unico soggetto, di talché in caso di pluralità di eredi gli stessi dovranno comunicare formalmente il nominativo del soggetto successore, che dovrà comunque essere in possesso dei necessari requisiti di onorabilità di cui all'Art.71, D.Lgs. n.59/2010. In caso contrario, il contratto dovrà considerarsi definitivamente risolto. Forever Living si riserva, in ogni caso, il diritto di negare il consenso alla successione nel rapporto contrattuale a suo insindacabile giudizio.

(b) Tutti i titolari di una Scheda di Adesione Forever che includa due firmatari, indipendentemente dal momento della firma, devono essere considerati entrambi sottoscrittori di un contratto. Alla conferma della morte di uno dei due FBO firmatari, l'Attività Forever verrà automaticamente trasferita al sopravvissuto dei due. Questo sarà il caso indipendentemente da ciò che è la volontà espressa del primo FBO deceduto. Inoltre, questo significa che quando due persone hanno firmato la Scheda di Adesione Forever il superstite dei due sarà l'unico FBO dopo la morte del primo. Se un FBO non desidera che si proceda in questo modo, deve contattare la Sede Principale per esprimere le sue esigenze e determinare se tali esigenze possono essere soddisfatte. Bisogna tenere presente che non è possibile apportare modifiche all'Attività Forever, tranne nel caso di separazione legale o divorzio.

(c) Se su una Scheda di Adesione di una persona legalmente sposata è stata barrata la casella dello stato civile come sposata, ma la Scheda contiene solo la firma di una delle parti coniugate, la società tratterà l'Attività Forever come una "Joint Tenancy with Right of Survivorship".

(d) Le Schede di Adesione che abbiano la casella dello stato civile barrata come celibe/nubile e con una sola firma verranno trattate di conseguenza dalla società.

(e) Per trasferire l'Attività Forever di una singola persona in caso di morte, tale FBO deve avere una volontà espressa o un Erede Designato.

(f) La Società riconosce il diritto di Subentro e l'utilizzo di un Erede Designato come mezzo legale per mantenere un'Attività Forever e, in caso di decesso dell'FBO, un mezzo per trasferire l'Attività Forever al superstite o al beneficiario rispettivamente senza dover procedere alla successione perché l'erede possa ottenerne la proprietà.

(g) Se l'Attività Forever fa parte di un'Impresa, la morte dell'azionista primario non rimuoverà l'Attività Forever dall'Impresa fintanto che la proprietà della stessa rimarrà conforme alle Politiche Aziendali che disciplinano la proprietà di tale Impresa. Il trasferimento sarà riconosciuto dalla Società quando un ordine del tribunale o documenti legali relativi al trasferimento verranno presentati e approvati dalla stessa.

(b-g) Le voci ivi riportate sono regolamentazione esclusivamente Statunitense, non applicabili in Italia.

(h) Il successore avrà l'onere di comunicare tempestivamente a Forever l'avvenuto decesso dell'Incaricato e, entro sei (6) mesi dal decesso medesimo, dovrà consegnare al personale preposto copia autentica del relativo certificato di morte e, se esistente, copia autentica anche del testamento del de cuius. È facoltà di FLP concedere su espressa motivata richiesta del successore una proroga del predetto termine fino ad un massimo di ulteriori sei (6) mesi. Decorso il termine senza che il successore abbia comunicato la propria volontà di subentrare nel codice attività del proprio de cuius ovvero, senza che abbia provveduto al compimento di tutte le formalità come sopra indicate e senza che abbia consegnato la documentazione prescritta, la Forever potrà eliminare il codice attività che cesserà di produrre qualsivoglia efficacia. FLP provvederà al pagamento delle provvigioni eventualmente maturate per l'attività svolta dal de cuius sino alla data di decesso mediante bonifico sul conto corrente intestato all'Incaricato deceduto laddove non abbia ricevuto, anteriormente alla data prevista per l'accredito, comunicazione dell'avvenuto decesso. Al contrario, in caso di tempestiva comunicazione del decesso FLP procederà al pagamento di quanto dovuto in favore dei legittimi successori designati a fronte dell'esibizione della documentazione attestante la qualità di successore medesimo.

(i) Il diritto di ereditabilità per un'attività Forever è soggetto a restrizioni come segue:

- 1) L'erede dovrà essere in possesso dei citati requisiti di legge.
- 2) L'erede dovrà essere un maggiorenne legalmente capace di intendere e di volere.
- 3) La posizione ereditabile dell'Attività Forever all'interno del Piano Marketing Aziendale sarà limitata a riconoscimenti che non siano superiori a quello di Manager. Tuttavia, i bonus dovranno essere pagati agli stessi livelli e requisiti previsti per il defunto. Tutti i Manager Sponsorizzati appartenenti a tale Attività Forever saranno riclassificati come Manager Assegnati, che potranno successivamente qualificarsi come Manager Sponsorizzati come indicato nella sezione 5.04 (e). Altre posizioni che siano al di sotto la qualifica di Manager saranno ereditate a quel livello.

18.03 Separazione e Divorzio.

Separazione e Divorzio. (a) Qualora sulla Scheda di Adesione sia stato inserito il nominativo del coniuge in collaborazione nell'attività, in caso di separazione e/o divorzio, le provvigioni eventualmente maturate in relazione all'attività di Incaricato alle Vendite continueranno ad essere liquidate secondo le modalità indicate nel contratto concluso tra le parti (scheda di adesione) fino al momento dell'invio alla casella di posta comunicazioni@foreverpec.it della copia autentica del provvedimento emesso dalla competente Autorità giudiziaria recante le eventuali differenti modalità di liquidazione.

19. CLAUSOLE RESTRITTIVE

19.01 Con la sottoscrizione della Scheda di Adesione, l’FBO esonera amministratori, azionisti, dipendenti ed altri Incaricati alle Vendite (collettivamente denominati “Associati”) da ogni responsabilità per qualsivoglia eventuale danno cagionato a terzi dal medesimo nello svolgimento dell’attività di Incaricato alle Vendite. In via esemplificativa, ma non esaustiva, la Forever e gli Associati non potranno essere ritenuti responsabili per danni patiti come conseguenza di:

(a) condotte attuate in violazione di quanto stabilito nella Scheda di Adesione sottoscritta, della Company Policy, del Codice di Condotta Professionale e delle Procedure ivi indicate;

(b) condotte di promozione del prodotto Forever scorrette e/o ingannevoli o, comunque, in violazione delle norme di comportamento implementate dalla Forever;

(c) erronea comunicazione di dati e/o informazioni, personali e non, alla Forever e/o agli Associati;

(d) mancata comunicazione di informazioni e/o dati necessari perché Forever possa accettare la domanda di incarico di cui alla Scheda di Adesione, ovvero mancata comunicazione di dati e/o informazioni necessarie quali previste dal Piano di Marketing Forever anche con riferimento al riconoscimento di bonus;

(e) successione per causa di morte ovvero trasferimento/separazione del codice attività in esito a procedimenti di separazione dei coniugi o cessazione degli effetti civili del matrimonio o scioglimento del matrimonio.

In ogni caso, l’FBO dichiara di rinunciare a qualsivoglia richiesta di risarcimento danni il cui valore sia superiore all’ammontare complessivo dei prodotti da esso acquistati quale acquisto minimo consentito dalla Legge n. 173/2005 in qualità di “campionario”.

19.02 Licenza Limitata per l’Utilizzo dei Marchi Aziendali.

(a) Il nome “Forever Living Products”, i loghi Forever e altri nomi eventualmente adottati da Forever, compresi i nomi dei prodotti Forever, sono nomi commerciali e/o marchi registrati della Società.

(b) Forever concede a ciascun FBO la licenza di utilizzare i marchi registrati FLP, i marchi dei servizi ed altri marchi (di seguito denominati collettivamente i “Marchi”), nell’ambito dello svolgimento dell’attività di FBO. Tutti i Marchi sono e rimangono di proprietà esclusiva di “Forever”. I Marchi possono essere utilizzati esclusivamente nei modi autorizzati dal Contratto per Incaricati e dalle corrispondenti politiche

e procedure Forever. La licenza ivi concessa rimane valida solo finché l’FBO opera in conformità con le politiche e le procedure di Forever. All’FBO è vietato rivendicare la proprietà dei Marchi di Forever (ad esempio, registrando un nome di dominio utilizzando il nome “Forever”, “Forever Living”, “FLP” o qualsiasi altro marchio Forever in qualsivoglia modo, foggia o forma). I Marchi anzidetti rivestono un grande valore per Forever e possono essere utilizzati esclusivamente nei modi espressamente autorizzati da Forever. L’FBO non può utilizzare alcun materiale scritto, registrato e di qualsiasi altro tipo per pubblicizzare, promuovere o descrivere il prodotto Forever e/o il Piano di Marketing, a meno che detto materiale sia stato preventivamente sottoposto a Forever ed approvato per iscritto da Forever prima di essere utilizzato.

20. INFORMAZIONI RISERVATE E ACCORDI DI NON DIVULGAZIONE

20.01 (a) La reportistica riguardante le Downlines e tutti gli altri resoconti e le informazioni genealogiche, incluse ma non solo, le informazioni sulle vendite del gruppo e le dichiarazioni riguardo le provvigioni, sono Informazioni Riservate alla proprietà di FLP.

(b) Ogni FBO a cui vengano fornite tali informazioni deve ritenerle riservate e confidenziali e deve avere cura di mantenerle tali astenendosi dall'utilizzarle per scopi diversi dalla gestione della propria organizzazione di vendita Downline.

(c) Un FBO può avere accesso a informazioni private e confidenziali. Tale accesso viene consentito esclusivamente al fine di promuovere la raccolta di ordini dei prodotti FLP nonché per finalità di ricerca, formazione e Sponsorizzazione di terzi che desiderino diventare Incaricati Forever.

(d) Per “Segreto Commerciale” o “Informazioni Riservate” si intendono anche le informazioni, comprese formule, disegni, liste, programmi, dispositivi, metodi, tecniche o processi che:

- 1) possiedono un proprio valore economico, reale o potenziale, per il fatto stesso di non essere generalmente note ad altre persone dalla cui divulgazione potrebbero trarre vantaggio economico;
- 2) sono oggetto di misure, da parte di FLP, atte a tutelarne e preservarne la segretezza.

(e) Ogni qualvolta FLP renda disponibili informazioni all’FBO, ciò avverrà al solo scopo di consentire a quest’ultimo lo svolgimento dell’attività di Incaricato di FLP.

(f) Un FBO non può utilizzare, divulgare, duplicare o in qualsiasi altro modo rendere disponibile qualsiasi Segreto Commerciale o Informazione Riservata a soggetti diversi dagli FBO, senza il preventivo consenso scritto di FLP.

(g) Ad un FBO è vietato utilizzare, capitalizzare o sfruttare, direttamente e/o indirettamente, qualsiasi Segreto Commerciale e/o Informazione Riservata a proprio vantaggio, o a beneficio di chiunque altro, al di fuori dello svolgimento della propria attività di Incaricato di FLP.

(h) Un FBO manterrà la riservatezza e la sicurezza del Segreto Commerciale e delle Informazioni Riservate in suo possesso, evitandone la divulgazione, l’uso improprio, l’appropriazione indebita e qualsivoglia altro evento che leda gli interessi di FLP.

(i) Ulteriori **Clausole Restrittive**. L’FBO concorda che, per l’intera durata del proprio rapporto contrattuale con Forever, il medesimo non intraprenderà né incoraggerà alcuna azione il cui scopo o effetto sia quello di violare, od interferire con, i rapporti

contrattuali di FLP con altri FBO. A tal fine, l'Incaricato concorda di non contattare, sollecitare, persuadere, reclutare, Sponsorizzare o accettare, direttamente o indirettamente, qualsiasi Incaricato o Cliente Club FLP o chiunque sia stato un Incaricato Forever o Cliente Club FLP nel corso dei dodici (12) mesi precedenti, al fine di indurlo ad entrare a far parte di programmi di Marketing di qualsiasi società di vendita diretta diversa da FLP.

(j) Le pattuizioni contenute nella sezione "Informazioni Riservate" delle presenti politiche rimangono valide fino a oltre un (1) anno dall'ultima qualsivoglia Informazione Riservata ricevuta a o dodici (12) mesi dopo la scadenza e la risoluzione di tale Contratto di Incaricato alle Vendite.

21. CODICE DI CONDOTTA PROFESSIONALE

21.01 **Integrità, Rispetto, Impegno**

(a) Siamo molto orgogliosi non solo di ciò che realizziamo, ma di come lo realizziamo. In effetti, la maggior parte dell'appeal dell'Azienda nei confronti dei potenziali nuovi FBO è la meritata reputazione di integrità, il rispetto verso terzi e l'impegno con cui abbiamo costruito e sviluppiamo il business Forever. In qualità di Incaricato alle Vendite, ti invitiamo a mantenere tali valori fondamentali e gli standard di condotta. Il mancato rispetto dei principi delineati nel Codice di Condotta Professionale qui di seguito riportati può comportare l'avvio di azioni disciplinari nei tuoi confronti, inclusa la risoluzione del tuo Contratto di Incaricato.

21.02 **Sforzo, Sacrificio e Dedizione**

(a) Gli FBO insegnano ai loro team i principi della vendita diretta e del network marketing, sottolineando che la stessa richiede sforzo e sacrificio.

21.03 **Gli FBO Sono Imprenditori**

(a) I Titolari dell'Attività Forever sono Imprenditori. Costruiscono le loro attività di vendita al dettaglio individualmente, le loro sponsorizzazioni di prima linea e il loro team multigenerazionale. Non c'è spazio per abbattere, smantellare o scoraggiare gli altri dalla costruzione delle rispettive attività.

21.04 **Nessuna Affermazione Medica, sullo Stile di Vita o di Reddito**

(a) Gli FBO non devono fare affermazioni esagerate circa l'Azienda, le proprietà e qualità dei prodotti Forever ed i guadagni potenziali, e ciò sia di persona sia tramite i social media.

21.05 **Lealtà**

(a) Gli FBO sono leali nei confronti dell'Azienda, dei suoi rappresentanti, del personale e degli Incaricati Forever, evitando pettegolezzi, critiche e "politiche" interne.

21.06 **Professionisti Orgogliosi della Vendita Diretta**

(a) Gli FBO hanno l'immagine e il comportamento di un orgoglioso venditore diretto e network marketer professionista.

21.07 **Insegnare i Giusti Principi del Networking**

(a) Gli FBO insegnano ai loro Incaricati alle Vendite in Downline e ai loro team i corretti principi del networking e della condotta personale.

21.08 **Atteggiamento Positivo**

(a) Gli FBO mostrano un atteggiamento positivo sia nei discorsi che nei comportamenti, sia di persona che tramite i social media, nei confronti di tutti gli Incaricati alle Vendite, con spirito di collaborazione e del lavoro di squadra.

- 21.09 Supportare gli Altri FBO**
(a) Gli FBO sono disposti ad aiutare i propri gruppi e offrono supporto agli altri FBO ed ai loro relativi gruppi.
- 21.10 Conformità con le Politiche Aziendali, il Codice di Condotta Professionale, il Codice Etico Avedisco**
(a) Gli FBO si impegnano a rispettare i principi delle Politiche Aziendali, del Codice di Condotta Professionale e del Codice Etico Avedisco.
- 21.11 Partecipazione agli Eventi Aziendali**
(a) Gli FBO con la qualifica di Manager partecipano alla maggior parte degli eventi Aziendali e promuovono eventi Aziendali per il proprio gruppo.
- 21.12 Dare l'Esempio**
(a) Gli FBO sponsorizzano i nuovi Incaricati da mettere in prima linea, raggiungono 4 Case Credits mensili, si impegnano a qualificarsi come Leadership Manager e a conseguire il Programma Auto, il Chairman's Bonus, l'Eagle Manager e il Global Rally.
- 21.13 Evitare l'Acquisto Eccessivo di Prodotti**
(a) Gli FBO incoraggiano coloro che Sponsorizzano a detenere l'inventario dei prodotti adeguato alle loro esigenze di consumo personale e attività di vendita diretta e ad evitare acquisti eccessivi.
- 21.14 Sponsorizzare con Integrità**
(a) Gli FBO sostengono l'idea che i potenziali Incaricati alle Vendite vengano Sponsorizzati dall'FBO che li ha introdotti nell'opportunità Forever; astenendosi dallo Sponsorizzare contatti di un altro Incaricato.
- 21.15 Affrontare Sfide, Questioni e Problemi**
(a) Gli FBO affrontano personalmente problematiche, sfide e questioni e non li condividono con altri FBO che non siano coinvolti personalmente, né li pubblicano sui social media. Usano le linee di comunicazione appropriate per cercare risposte o esprimere preoccupazioni, a cominciare dal loro sponsor e dalla loro Upline o dall'Azienda per ulteriori indagini.
- 21.16 Astenersi dal Promuovere Prodotti o Servizi che non siano Forever**
(a) Gli FBO si astengono dal promuovere e/o vendere qualsiasi prodotto o servizio con sistemi di network marketing senza previa approvazione scritta della Sede Principale.
- 21.17 Evitare Eccessivi Costi di Partecipazione alle Riunioni**
(a) Gli FBO si astengono dal promuovere o ospitare eventi, seminari, webinar o riunioni, in relazione ai quali vengano addebitati ai partecipanti importi superiori ai costi di organizzazione / realizzazione / conduzione degli stessi.

21.18 Riunioni nelle Strutture Aziendali

(a) Gli FBO dimostrano la loro volontà di aiutare i colleghi, indipendentemente dalla linea di Sponsorizzazione, invitando loro e i loro ospiti a riunioni condotte in strutture Aziendali.

21.19 Persuadere altri FBO alla Cessazione del proprio rapporto con FLP

(a) Gli FBO si astengono da qualsiasi forma di induzione e/o persuasione di altri FBO volta a far rinunciare alla propria posizione di FBO.

21.20 Pubblicità sul Prezzo di Vendita del Prodotto

(a) Gli FBO si astengono da qualsiasi forma di pubblicità dei prodotti FLP ad un prezzo inferiore al prezzo di vendita suggerito. Ciò include un prezzo dichiarato o qualsiasi altra formula di prezzo che riduca il prezzo pagato per qualsiasi prodotto Forever al di sotto di quello di SRP.

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO

(Testo estratto dalla Scheda di Adesione)

1. Con la sottoscrizione del presente contratto si acquisisce lo status di Incaricato alle Vendite (IVD) a livello di "PROMOTER".

2. Con il presente contratto l'IVD si impegna ad osservare le regole di condotta come descritte e prescritte nella Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) e nel Codice Etico di Comportamento aziendali che l'IVD dichiara di conoscere e di condividere per averli ricevuti e letti e che qui devono intendersi come parti integranti ed integralmente ritrascritti.

3. L'IVD dichiara di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 71 del D. Lgs 59/2010 e si impegna a esibire/indossare il proprio tesserino di riconoscimento, rilasciato dalla Forever Living Products Italy (FLP) come previsto dall'art. 19 del D. Lgs 114/98 che lo abilita alla raccolta degli ordini presso i consumatori finali dei prodotti della Forever Living Products per conto della stessa che verrà eseguita nel pieno rispetto della Legge n. 173/2005 e della Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale).

4. L'IVD riceverà un compenso determinato in misura provvigionale secondo regole e modalità descritte nel Piano Marketing che l'IVD dichiara di aver letto ed accettato per averlo ricevuto in precedenza e che costituisce parte integrante del presente accordo ritenendosi lo stesso qui integralmente ritrascritto. L'IVD percepirà il primo compenso al raggiungimento di ordini pari a 2 Case Credits (CC) come meglio descritto nel citato Piano Marketing, fino al raggiungimento di tale soglia, l'IVD non percepirà alcunché a titolo di provvigione.

5. Forever Living Products Italy si riserva il diritto di modificare unilateralmente il contenuto del Piano Marketing e della Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) senza che ciò comporti una specifica pattuizione tra le parti. Ogni modifica verrà comunicata a tutti gli Incaricati alle Vendite mediante informativa pubblicata sul notiziario periodico "Forever Italy", e sugli altri mezzi di comunicazione (i.e. sito web ufficiale, formazioni aziendali, riunioni e seminari di formazione).

6. L'IVD ha diritto di recedere dall'incarico inviando alla Forever Living Products Italy una lettera raccomandata a.r. entro 10 (dieci) giorni lavorativi dalla stipula del presente contratto e comunque entrambe le parti possono recedere dal presente accordo in qualsiasi momento e senza incorrere in alcuna penalità, mediante lettera raccomandata a.r. o comunicazione via fax/e-mail dando un preavviso non inferiore a giorni 10 (dieci).

7. In caso di controversia in ordine all'interpretazione e all'esecuzione del presente contratto, le parti pattuiscono che il foro competente sarà quello di Roma.

8. Conferisco mandato alla Forever Living Products Italy di emettere gratuitamente per mio conto e contestualmente al pagamento del corrispettivo le fatture o le ricevute relative alle mie commissioni ed ai miei bonus, purché i documenti in questione abbiano una numerazione progressiva a sé stante. Riconosco altresì che la consegna da parte di FLP della copia della fattura/ricevuta, solleva la stessa FLP da ogni e qualsiasi responsabilità per errore ed omissione e per tutte le obbligazioni di carattere amministrativo, legale e fiscale correlate.

- Allego fotocopia documento identità valido (fronte + retro)

- Allego foto tessera

- Scelgo di inviare foto tessera via e-mail in formato jpg a: foto@foreverliving.it

Per l'accredito delle provvigioni si dovrà inviare il proprio codice Iban via e-mail a iban@foreverliving.it oppure via fax al numero 06.88.69.82.00.

9. Io/la sottoscritto/a dichiara, avendone preso visione, di ricevere e accettare i termini contenuti nella Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) che include le istruzioni per l'Incaricato alle Vendite, il Piano di Marketing, il Codice Etico di Comportamento e il Modello di Organizzazione ex D. Lgs 231/2001 (consultabile sul sito).

CODICE ETICO DI COMPORTAMENTO FOREVER

Forever Living Products si impegna costantemente nella tutela dei diritti e delle necessità dei consumatori, siano essi Clienti o Incaricati, ricordando che dalla loro soddisfazione dipende il buon funzionamento dell'Azienda. Per questo motivo sono qui citati alcuni principi etici utili all'Incaricato Forever durante lo svolgimento dell'attività di promozione:

- solo l'Incaricato alle Vendite Forever (ex. art. 2.5) può promuovere i prodotti a Marchio Forever e Sponsorizzare Clienti e Incaricati;
- una buona conoscenza delle norme che regolano l'attività e del contenuto della Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale) si colloca alla base dell'attività di promozione;
- l'Incaricato deve conoscere la clausola Informati e Soddisfatti (ex. art. 3.6) per poter meglio svolgere la propria attività promozionale e fornire risposte adeguate ai propri Clienti e Incaricati;
- condurre l'attività promozionale con onestà e integrità apporta benefici complessivi all'Azienda e agli altri Incaricati;
- lavorare con un atteggiamento positivo nei confronti di altri Incaricati genera lo spirito di cooperazione e il lavoro di squadra;
- agire con lealtà nei confronti dell'Azienda, dello staff, dei Manager e degli Incaricati significa evitare di screditare altri Incaricati, i prodotti o l'Azienda (ex. art. 15.2.6);
- svolgere una buona attività promozionale significa fornire a Clienti e Incaricati informazioni veritiere e soddisfacenti evitando di fare asserzioni inadeguate sui prodotti, sull'Azienda e sul Piano Marketing;
- ricordiamo che l'Incaricato deve, durante lo svolgimento dell'attività promozionale, astenersi dall'utilizzo di asserzioni terapeutiche, salutari o curative dei prodotti (ex. art. 15.4.3.4) quali per esempio: "Disintossicazione", "Antinfiammatorio", "Antidolorifico", "Immunostimolante", "Antivirale", "Antibatterico", "Antimicotico" e "Antibiotico". Il riferimento a tali proprietà conduce inevitabilmente verso un uso improprio e illegale dei prodotti, una perdita in termini monetari (sia per il Cliente sia per l'Incaricato), un danno all'immagine aziendale e dell'Incaricato e si configura l'esercizio abusivo della professione medica (reato perseguibile ai sensi del codice penale). L'incaricato alle Vendite è tenuto al rispetto delle direttive aziendali riguardo il consiglio e l'uso dei prodotti.

È altresì responsabilità dell'Incaricato:

- agire con cortesia ed educazione nei confronti dello staff, degli Incaricati e dell'Azienda;
- incoraggiare gli Incaricati della propria linea ad effettuare acquisti di prodotti in maniera oculata che non eccedano le quantità necessarie a soddisfare le proprie necessità immediate per uso personale e promozionale (ex. art. 15.2.4) e scoraggiare la creazione di Down-line per procura (ex. art. 15.6.2);
- astenersi dal sollecitare la partecipazione degli ospiti ai meeting in maniera sleale e utilizzando pratiche illecite;
- prendere visione delle novità e delle informazioni comunicate dall'Azienda;
- conoscere il Codice di Comportamento della Vendita Diretta (riportato nella Company Policy (Politiche e Procedure Aziendali, Codice di Condotta Professionale));
- partecipare agli Incontri aziendali;
- utilizzare un abbigliamento consono alle riunioni e agli eventi a cui si partecipa.

L'Incaricato divenuto Manager deve inoltre:

- condurre la propria attività di Promozione e di Sponsorizzazione in maniera esemplare per gli Incaricati della propria Down-line e gli altri Incaricati;
- monitorare mensilmente la propria attività, assicurandosi, se lo desidera, di avere raggiunto i 4CC Attivi (ex. art. 2.7) e di essere qualificato per il Leadership Bonus (ex. art. 6);
- assistere la propria Down-line e trasmettere i principi e le regole su cui si basa l'attività promozionale Forever;
- essere a conoscenza delle regole, degli strumenti e dei sistemi amministrativi adottati dalla sede principale ai fini dell'attività, tra cui la comprensione dell'utilizzo della modulistica;
- incoraggiare l'utilizzo congiunto dei mezzi di comunicazione adottati dall'Azienda (ex. art. 16.3) e promuovere la rete di comunicazione Incaricato - Manager - Sede Forever (ex. art. 16.2);
- assicurarsi che il materiale pubblicitario e promozionale usato dalla propria Down-line rispetti le regole generali in materia di pubblicità e promozione (ex. art. 15.11).

CODICE DI COMPORTAMENTO AVEDISCO 2021

PREAMBOLO

Il “Codice di Comportamento della Vendita Diretta” (da qui in avanti indicato come il “Codice”) è elaborato ed adottato dall’Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori (AVEDISCO) al fine di promuovere un alto livello di etica commerciale nel settore delle Vendite Dirette e di garantire che i rapporti fra Aziende, Incaricati alle Vendite, e Consumatori siano basati su fiducia e correttezza.

Le norme del presente Codice forniscono a tutti i professionisti del settore ed agli operatori un insieme di precise regole di comportamento: si tratta non solo di uno strumento di autoregolamentazione internazionale e nazionale, ma anche di un documento di consultazione e di orientamento per il legislatore.

I contenuti del Codice possono anche essere eccedenti rispetto alla normativa in vigore, aggiungendosi ad essa.

Fine ultimo delle disposizioni che seguono è quello di creare consapevolezza sulle responsabilità che competono a tutti coloro che sono impegnati nelle Vendite Dirette, nonché dettare precise regole per una leale competizione fra Aziende membri di AVEDISCO ed allo scopo di disciplinare i rapporti di queste ultime con AVEDISCO medesima.

Tutte le Aziende aderenti ad AVEDISCO si impegnano a richiedere ai propri Incaricati alle Vendite di osservare i principi del Codice e di conseguenza anche i principi dei Codici di Condotta Europei di Seldia.

Con la cessazione della propria appartenenza ad AVEDISCO, l’Azienda in questione non è più vincolata al rispetto del Codice e dei Codici di Condotta Europei. Restano in ogni caso applicabili le disposizioni dei predetti codici in relazione a fatti ed eventi verificatisi all’epoca in cui l’Azienda era associata ad AVEDISCO.

Le previsioni della presente sezione si applicano in via generale rispetto a tutti gli ambiti contemplati dal Codice.

SOMMARIO

1. DISPOSIZIONI COMUNI	71
2. RAPPORTI CON I CONSUMATORI.....	75
3. RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE, FRA GLI INCARICATI ALLE VENDITE E FRA LE AZIENDE	77
3.1 RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE	77
3.2 RAPPORTI FRA AZIENDE E FRA INCARICATI ALLE VENDITE	81
4. APPLICAZIONE DEL CODICE.	82
5. SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI	84

SEZIONE 1 – DISPOSIZIONI COMUNI

1.1 Scopo

Il Codice AVEDISCO regola i rapporti e le relazioni fra:

- 1) le Imprese di Vendita Diretta e i loro Incaricati alle Vendite;
- 2) le Imprese di Vendita Diretta e i Consumatori;
- 3) le Imprese di Vendita Diretta;
- 4) gli Incaricati alle Vendite.

1.2 Obiettivi

Il Codice ha la finalità di perseguire:

- (i) la soddisfazione e la tutela del Consumatore;
- (ii) la soddisfazione e la tutela degli Incaricati alle Vendite;
- (iii) la promozione di leale competizione nel quadro della libertà di impresa;
- (iv) il potenziamento della immagine pubblica della Vendita Diretta, che consiste nel commercializzare prodotti e servizi di qualità a condizioni e con termini corretti per il Consumatore.

Il Codice contiene principi di condotta etica per le Imprese di Vendita Diretta e per gli Incaricati alle Vendite.

Le Imprese e gli Incaricati alle Vendite sono tenuti al rispetto delle norme di legge, e conseguentemente il Codice non ripropone quelli che già sono obblighi previsti da tali norme. Scopo del Codice è quello di rendere evidenti gli standard del settore.

1.3 Definizioni

Ai fini del presente Codice i termini:

1. **“Vendita Diretta”** indica quelle forme speciali di vendita fondate sulla presentazione o dimostrazione e offerta di prodotti al Consumatore -sia in presenza fisica che con modalità digitale- da parte di Imprese per il tramite di “Incaricati alle Vendite”. Tali vendite sono effettuate al di fuori dai locali commerciali, tipicamente nell’abitazione del Consumatore o nei locali nei quali il Consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi personali, di lavoro, di studio, di intrattenimento o di svago.

2. **“Incaricato alle Vendite”** indica qualsiasi persona fisica che faccia parte del sistema distributivo di un’Impresa di Vendita Diretta e che, direttamente o indirettamente, intermedia le vendite, promuova o collabori alla vendita dei prodotti o dei servizi di tale Impresa. All’Incaricato alle Vendite può essere consentito reclutare altri Incaricati. L’Incaricato può svolgere l’attività in forma autonoma, sia occasionale che abituale, o in forza di un mandato di agenzia o come lavoratore subordinato.

3. **“Consumatore”** indica qualsiasi individuo che acquisti prodotti o servizi per uso o consumo privato e comunque per scopi estranei alla sua occupazione, attività o professione.

4. **“Sistema Distributivo”** indica qualsiasi organizzazione e metodo finalizzato alla commercializzazione dei prodotti o dei servizi nell’ambito della Vendita Diretta.

5. **“Prodotto”** indica qualsiasi bene, materiale o immateriale, o servizio.

6. **“Associazione della Vendita Diretta (DSA)”** – AVEDISCO in Italia- indica la Associazione delle Imprese di Vendita Diretta in rappresentanza di tale settore nell’ambito del Paese Europeo di appartenenza e che sia associata alla Associazione Europea di Vendita Diretta (Seldia).

7. **“Società di Vendita Diretta”** o “Società” o “Azienda” o “Impresa” indica qualsiasi Impresa che commercializza prodotti e/o servizi a marchio proprio od altrui o recanti altro marchio/ simbolo/logo identificativo tramite un sistema distributivo basato sulla Vendita Diretta e che sia associata all’Associazione nazionale del Paese di appartenenza.

8. **“Vendite Party”** indica la Vendita Diretta rivolta ad un gruppo di Consumatori invitati da un ospite a tale scopo.

9. **“Modulo d’ordine”** indica il documento stampato o compilato contenente i dettagli dell’ordine del Consumatore rilasciato al medesimo. In caso di vendita a mezzo internet, il documento che riporta i termini della offerta e dell’acquisto deve essere fornito su supporto durevole.

10. **“Guadagni”** indica qualsiasi corrispettivo conseguito da un Incaricato alle Vendite, sotto forma di provvigioni, fisse o variabili, dirette ed indirette, premi di vendita, bonus o di altri compensi e/o di natura economica.

11. **“Strumenti di vendita”** indica i beni/strumenti o servizi finalizzati ad aiutare gli Incaricati alle Vendite nella conduzione e nello sviluppo della loro attività. Tali strumenti sono venduti o forniti gratuitamente agli Incaricati che non possono rivenderli ai Consumatori.
Codice di Comportamento AVEDISCO 2021 pag. 3

12. **“Esborso”** indica qualsiasi pagamento in contanti o qualsiasi corrispettivo versato per l’acquisto di strumenti di vendita; e ciò sia nel caso in cui venga effettuato da un Incaricato una tantum al momento in cui entri a far parte del sistema distributivo di una Impresa di Vendita Diretta, sia ove sia eventualmente previsto su base periodica.

13. **“Reclutamento”** indica l’insieme delle attività svolte allo scopo di offrire ad una persona l’opportunità di diventare Incaricato alle Vendite.

14. **“Amministratore del Codice”** indica una persona od un organismo indipendente nominato dalla Associazione nazionale per verificare il rispetto del Codice da parte delle Imprese aderenti e per risolvere eventuali controversie.

15. **“Responsabile del Codice”** indica una persona od un organismo indipendente nominato da una Impresa membro di Seldia o candidata membro per favorire il rispetto del Codice della Associazione nazionale di appartenenza e conseguentemente del Codice Europeo di Condotta.

16. **“Amministratore del Codice Europeo”** indica l’organismo nominato da Seldia competente a giudicare circa i reclami presentati da parte di Consumatori o Incaricati alle Vendite o Società di Vendita Diretta od Organizzazioni dei Consumatori sulle materie che ricadono nella competenza di questi Codici.

1.4 Associazioni

L’Associazione nazionale quale condizione per l’ammissione e il mantenimento della qualità di membro della Associazione europea della Vendita Diretta - Seldia, adotta un Codice di Condotta che prevede e rispecchia i contenuti del Codice europeo Seldia.

1.5 Imprese

Le Imprese aderenti ad AVEDISCO s’impegnano ad attenersi al Codice nazionale quale condizione per la loro ammissione e permanenza nell’Associazione. Ogni membro è tenuto inoltre a divulgare al pubblico sia la loro affiliazione all’Associazione oltre che a divulgare i contenuti del Codice. I membri di Seldia si impegnano al rispetto dei Codici quale requisito per l’ammissione ed il mantenimento della qualità di membri di Sedia e nello svolgimento delle attività di Vendita Diretta all’interno di un Paese rientrante nello Spazio Economico Europeo (EEA): (a) nel quale non sia presente alcuna Associazione di Vendita Diretta nazionale; (b) nel ovvero, l’Associazione di Vendita Diretta nazionale non sia associata a Seldia.

Nella ipotesi in cui le disposizioni del Codice di una Associazione nazionale del Paese in questione, che non sia membro di Seldia, siano in conflitto con le disposizioni dei Codici, le disposizioni del Codice nazionale prevarranno su quelle dei Codici.

1.6 Incaricati alle Vendite

Le Imprese aderenti richiederanno ai loro Incaricati di rispettare il Codice o regole di condotta che rispettino i principi del Codice stesso, quale condizione per far parte dei sistemi distributivi delle Imprese stesse. A tal fine le Imprese si impegnano a divulgare i contenuti del Codice nelle forme che riterranno più opportune.

1.7 Autoregolamentazione

Il Codice è una misura di autoregolamentazione riguardante il settore delle Vendite Dirette. Non trattandosi di una norma di Legge, gli obblighi in esso previsti possono richiedere un livello di condotta etica superiore a quello prescritto dalla legislazione vigente applicabile. L'inosservanza del Codice non comporta una responsabilità di natura civilistica in capo al trasgressore. Alla cessazione dell'appartenenza ad AVEDISCO, l'Impresa non sarà più soggetta al Codice, le cui norme continueranno a trovare applicazione in relazione ai fatti e/o agli eventi verificatesi al tempo in cui l'impresa era associata.

1.8 Leggi nazionali

Imprese ed Incaricati alle Vendite sono tenuti al rispetto integrale delle previsioni della legislazione di ogni Paese nel quale si trovino ad operare.

Il Codice stabilisce principi di comportamento etico per le Imprese di Vendita Diretta ed i loro Incaricati alle Vendite e potrà essere modificato per conformarsi alle previsioni di legge di futura introduzione.

1.9 Extraterritorialità

Ciascuna Associazione nazionale è impegnata, nel caso di attività di Vendita Diretta svolte al di fuori del Paese, a richiedere ad ogni associato, come condizione per l'ammissione e la permanenza nella medesima, il rispetto del Codice Europeo di Comportamento, nel caso di attività di Vendita Diretta all'interno dello Spazio Economico Europeo (SEE o EEA), o del Codice Mondiale di Condotta WFDSA (Federazione Mondiale delle Associazioni di Vendita Diretta) nel caso di attività svolta all'esterno del SEE/EEA, a meno che tali attività ricadano sotto la giurisdizione del Codice di Condotta di una Associazione affiliata Seldia o WFDSA di altro Paese e di cui tale associato sia membro.

Nel caso in cui nei confronti di una Impresa venga proposto un reclamo sulla base del Codice di una Associazione di un Paese della quale non sia associata, la stessa dovrà accettare la giurisdizione dell'Amministratore del Codice nel suo Paese di origine (o se la Impresa non è associata nel suo Paese di origine, del Paese in cui è membro della associazione locale) e dovrà farsi carico dei ragionevoli costi sostenuti dall'Amministratore del Codice del Paese di origine connessi alla trattazione e risoluzione del reclamo.

Inoltre, l'Amministratore del Codice del Paese d'origine potrà coordinarsi con l'Amministratore del Codice (se esistente) del Paese del ricorso e, nel valutare il reclamo sottoposto, applicare, in ordine di priorità:

- (I) gli standard del Codice Etico nel Paese in cui è stato presentato il reclamo, o
- (II) gli standard del Codice Etico nel Paese di appartenenza della Impresa in questione, o
- (III) almeno le norme stabilite nel Codice di Condotta Europeo di Seldia o in quello Mondiale della WFDSA, laddove applicabili.

SEZIONE 2 - RAPPORTI CON I CONSUMATORI

2.1 Pratiche vietate

Le Imprese ed i loro Incaricati si impegnano a svolgere la propria attività commerciale e promozionale attenendosi al rispetto dei principi di correttezza e trasparenza: non devono quindi usare, nei confronti dei Consumatori, pratiche di vendita aggressive, ingannevoli o sleali.

2.2 Identificazione

Fin dall'inizio del contatto con un Consumatore, gli Incaricati, senza che sia richiesto, devono identificare, in maniera chiara e trasparente: se stessi, la propria Impresa, la natura del prodotto e/o servizio venduto e spiegare lo scopo dell'incontro.

Il tesserino di riconoscimento rilasciato dall'Impresa, a norma di Legge, dopo comunicazione all'autorità di Pubblica Sicurezza, dovrà sempre essere esposto in modo ben visibile dagli Incaricati alle Vendite.

2.3 Presentazione e dimostrazione

Gli Incaricati alle Vendite dovranno fornire ai Consumatori spiegazioni e dimostrazioni precise e complete circa:

- a. le caratteristiche del prodotto;
- b. il prezzo, inclusi, se previsti, listini prezzi personalizzati;
- c. i termini del credito
- d. le modalità di pagamento;
- e. il diritto di recesso;
- f. le politiche di reso;
- g. i termini di garanzia applicabili;
- h. il servizio post-vendita;
- i. i tempi di consegna.

Gli Incaricati alle Vendite forniranno risposte accurate e comprensibili a tutte le domande dei Consumatori. Tenuto conto che le dichiarazioni sulle caratteristiche e prestazioni del prodotto commercializzato devono rispecchiarne l'effettiva efficacia, gli Incaricati potranno utilizzare soltanto le affermazioni (inclusi i "claims") siano esse verbali o scritte, autorizzate dalla Società.

2.4 Modulo d'ordine

Nel caso di una vendita effettuata "in presenza" del Consumatore (face-to-face) deve essere consegnata o messa a disposizione, antecedentemente o al momento stesso della conclusione della vendita, copia cartacea del relativo modulo d'ordine, ovvero se il Consumatore vi acconsente, il modulo d'ordine potrà essere messo a disposizione su altro supporto durevole (ad esempio in formato stampabile o scaricabile via Internet). Nel caso di una vendita effettuata "non in presenza" del Consumatore, non è richiesto il formato cartaceo del modulo d'ordine, ma quest'ultimo deve essere messo a disposizione su supporto durevole.

Il modulo d'ordine deve identificare l'Impresa e l'Incaricato alle Vendite e fornire al Consumatore i dati (anche di contatto) completi dell'Impresa e, laddove richiesto dalla normativa, dell'Incaricato oltre ai termini ed alle condizioni di vendita applicabili.

2.5 Diritto di Ripensamento e restituzione dei beni

Le Imprese devono assicurarsi che ogni modulo d'ordine, contenga alternativamente:

- (a) una clausola di recesso che permetta al Consumatore di annullare il contratto entro un termine di tempo non inferiore a quello di legge, ottenendo il rimborso di quanto eventualmente versato o corrisposto a qualsiasi titolo; oppure
- (b) indichi esplicitamente al Consumatore che con riferimento al ripensamento viene garantito un periodo di durata superiore a quello previsto per legge, ove questo sia il caso; o
- (c) l'informazione sulla non applicabilità del diritto di recesso, quando sia legalmente prevista tale non applicabilità.

Le Imprese che offrono il diritto incondizionato di restituzione del prodotto devono esplicitare questa garanzia per iscritto.

2.6 Garanzia e servizio post-vendita

Sul modulo d'ordine devono essere chiaramente esposti i termini e la durata della garanzia legale di conformità, di eventuali garanzie aggiuntive, nonché i termini del servizio di assistenza post-vendita previsto, il nome e l'indirizzo di chi presta la garanzia e le iniziative che l'acquirente può porre in essere.

2.7 Comunicazioni commerciali

Imprese e Incaricati alle Vendite dovranno porre in essere tutte le necessarie iniziative al fine di assicurare che le forme di pubblicità e comunicazioni marketing e commerciali, comprese quelle digitali o pubblicate sui social media, rispettino le disposizioni di legge e regolamentari applicabili nonché il presente Codice, l'International Chamber of Commerce Marketing Code ed i codici di autoregolamentazione pubblicitaria in vigore nei singoli Paesi.

Le comunicazioni marketing e commerciali non devono contenere descrizioni, affermazioni o illustrazioni del prodotto e/o dei servizi promossi che siano non veritiere, inaccurate o ingannevoli o, comunque, in altro modo non corrette. Tali comunicazioni devono essere facilmente riconoscibili quali comunicazioni marketing e commerciali ed indicare in maniera chiara ed espressa le finalità delle stesse.

Le Imprese associate dovranno porre in essere ogni e più opportuna iniziativa finalizzata a garantire che le comunicazioni di marketing e commerciali, nonché i materiali da esse realizzati, ovvero realizzati da terzi -ivi inclusi gli Incaricati alle Vendite- rispettino tali siffatti requisiti. Nel materiale promozionale andranno indicati il nome ed i riferimenti per contattare l'Impresa associata, e potranno essere indicati anche i contatti dell'Incaricato alle Vendite in questione.

2.8 Testimonianze e recensioni

Le Imprese e gli Incaricati alle Vendite non utilizzeranno testimonianze o recensioni che non siano stati autorizzati, non siano veritieri o siano superati od in qualsiasi altra maniera non più validi, ovvero ancora non riferiti all'offerta od utilizzati in modo da poter fuorviare il Consumatore, o che siano stati ottenuti a pagamento dalla Società o dall'Incaricato alle Vendite, senza dichiararlo esplicitamente.

Imprese e Incaricati alle Vendite che utilizzino o divulgino opinioni (incluse testimonianze e recensioni) di Consumatori dovranno garantirne la effettiva provenienza da parte di individui che abbiano realmente acquistato e/o utilizzato il prodotto in questione, dando prova di tale acquisto e/o utilizzo.

2.9 Paragoni e denigrazioni

Le Imprese e gli Incaricati devono astenersi dal porre in essere paragoni che possano risultare fuorvianti o che siano incompatibili con i principi della correttezza e leale concorrenza. Eventuali aspetti che formino oggetto di paragone devono essere individuati e selezionati dalle Imprese e dagli Incaricati secondo criteri di correttezza e buona fede; inoltre, tali paragoni devono fondarsi su circostanze/elementi che possano essere provati e dimostrabili secondo quanto previsto dalla vigente normativa in materia di pubblicità comparativa. Le Imprese e gli Incaricati non devono denigrare altre Imprese od altri prodotti e servizi né direttamente né implicitamente. Le Imprese e gli Incaricati non devono approfittarsi disonestamente del buon nome di cui godono il marchio e i simboli di un'altra Impresa o di un altro prodotto.

2.10 Rispetto della Privacy

I contatti personali, telefonici o per via elettronica devono avvenire, oltre che nel rispetto delle norme di legge applicabili, con modalità ed in orari tali da evitare che risultino invadenti. Se un Consumatore lo richiede, l'Incaricato deve interrompere la dimostrazione e/o la presentazione del prodotto o servizio.

Sia l'Impresa che l'Incaricato alle Vendite, in quanto responsabili del trattamento, sono tenuti a garantire la protezione dei dati personali raccolti presso i Consumatori e nel rispetto della normativa Europea in materia.

2.11 Correttezza

Gli Incaricati non devono abusare della fiducia del singolo Consumatore, né trarre vantaggio dalla mancanza di esperienza commerciale del Consumatore medesimo e non devono approfittarsi della loro età, e/o dello stato di salute, e/o della mancanza di comprensione della materia ovvero ancora della scarsa conoscenza della lingua utilizzata dagli Incaricati.

2.12 Segnalazioni

Le Imprese e gli Incaricati non devono indurre un Consumatore ad acquistare prodotti in base alla prospettazione che il medesimo potrà ridurre o recuperare, anche solo in parte, l'importo sborsato a titolo di prezzo d'acquisto segnalando altri Consumatori per acquisti simili, se tali riduzioni e/o recuperi, anche solo in parte, dipendono da un evento futuro incerto.

2.13 Esecuzione

Gli ordini di acquisto devono essere evasi il più rapidamente possibile e, in ogni caso, entro 30 giorni dalla conclusione del relativo contratto di vendita, salvo diverso accordo fra le parti. I Consumatori devono essere informati se le Imprese o gli Incaricati non sono in grado di rispettare il termine di consegna indicato nel contratto anzidetto qualora i prodotti od i servizi oggetto di vendita non siano disponibili.

SEZIONE 3 - RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE, FRA GLI INCARICATI ALLE VENDITE E FRA LE AZIENDE

3.1 RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE

3.1.1 Adesione al Codice

Le Imprese devono divulgare il contenuto del Codice a tutti i loro Incaricati e devono richiedere, quale condizione per fare parte del sistema distributivo della Azienda, di aderire al Codice ovvero a regole di condotta che soddisfino i principi del Codice stesso.

3.1.2 Reclutamento

Le Imprese e gli Incaricati non devono servirsi di pratiche di reclutamento aggressive, fuorvianti, ingannevoli o sleali nei rapporti con potenziali od esistenti Incaricati.

3.1.3 Informazioni commerciali

Le Imprese devono fornire ai loro Incaricati, ed a quelli potenziali, informazioni accurate e complete riguardo all'opportunità offerta, ai diritti ed agli obblighi, nonché ai possibili costi e spese eventualmente derivanti dalla nomina ad Incaricato alle Vendite. Il piano compensi e quello di sviluppo dell'attività devono essere trasparenti, comprensibili e non fuorvianti. Agli aspiranti Incaricati, le Imprese non devono presentare fatti che non possano essere verificati o fare promesse che non possano essere mantenute, né presentare i vantaggi dell'opportunità di vendita in modo aggressivo, mendace o ingannevole.

3.1.4 Guadagni e rendicontazioni

Le Imprese forniranno agli Incaricati rendicontazioni periodiche riguardanti, a seconda dei casi, volumi di vendita, guadagni, commissioni, bonus, sconti, consegne di prodotti, cancellazioni degli ordini e altri dati relativi all'attività svolta, nei termini contrattualmente previsti. Tutti i compensi dovuti saranno corrisposti al netto delle ritenute di legge.

Anche gli acquisti per uso e/o consumo personali effettuati, in quantità oggettivamente ragionevole, da un Incaricato ovvero dagli Incaricati da esso eventualmente reclutati, potranno costituire base di calcolo di guadagni e di raggiungimento di qualifiche.

Lo sconto del quale l'Incaricato possa fruire nell'ambito degli acquisti personali non dovrà costituire incentivo, per l'Incaricato medesimo, affinché questi rivenda i prodotti e/o i servizi acquistati personalmente.

I guadagni di un Incaricato sono rapportati alle vendite di prodotti, che abbiano avuto regolare esecuzione, direttamente promosse presso i Consumatori nonché promosse da altri Incaricati dal medesimo reclutati, anche in questo caso che abbiano avuto regolare esecuzione.

Gli Incaricati non ricevono compensi per il mero reclutamento ed inserimento di altri incaricati nel sistema di vendita.

3.1.5 Prospettazione di guadagni

Imprese ed Incaricati alle Vendite non devono rappresentare in modo difforme le vendite o i guadagni effettivi o potenziali dei loro Incaricati.

La rappresentazione di guadagni o dei risultati di vendita deve:

- (a) essere veritiera, accurata e presentata con modalità non false, ingannevoli o fuorvianti, e
- (b) avvenire in base a circostanze documentate e comprovate, riferendosi al mercato nazionale di pertinenza.

I potenziali Incaricati alle Vendite devono:

- (a) essere edotti che i guadagni ed i volumi di vendite possano variare da Incaricato a Incaricato e dipendere dalle capacità individuali, nonché dal tempo, dallo sforzo profusi nell'attività e da altri fattori, e
- (b) ricevere informazioni sufficienti per consentire loro una ragionevole valutazione circa i guadagni potenzialmente conseguibili.

Quanto precede potrà comprendere esempi di guadagni basati su criteri oggettivi e chiaramente definiti (quale il tempo settimanalmente dedicato all'attività di vendita) ovvero l'indicazione di fasce media di guadagno per gli Incaricati.

3.1.6 Rapporto

Il rapporto di collaborazione tra l'Incaricato e l'Impresa deve essere provato con un documento scritto che contenga i termini essenziali del rapporto stesso fra l'Incaricato e l'Impresa secondo quanto previsto dalla legislazione applicabile.

Le Imprese devono informare i propri Incaricati degli obblighi sui medesimi incumbenti, inclusa la necessità di ottenere eventuali autorizzazioni, iscrizioni in registri ed albi, imposte e contributi, laddove previsti dalla normativa applicabile.

3.1.7 Esborsi

Le Imprese e gli Incaricati non richiederanno ad Incaricati, o aspiranti tali, se non in misura oggettivamente ragionevole (secondo l'uso locale e non eccedenti quanto eventualmente consentito dalla normativa applicabile in materia), quote di ammissione e/o di rinnovo dell'incarico, corrispettivi per la formazione/training e corrispettivi per l'acquisto di materiali promozionali e/o di ausili di vendita, nonché qualsivoglia onere/importo di partecipazione all'attività di Vendita Diretta ovvero la permanenza nella struttura di vendita.

Non potranno essere richiesti acquisti di quantitativi di prodotti come parte della procedura di adesione, ad eccezione di quanto contenuto nel kit di avvio attività. Ove non vietato dalla legge, potrà essere obbligatoriamente previsto, in base ad un ragionevole valore di mercato, l'acquisto del kit di avvio attività.

Qualsiasi pagamento sostenuto per diventare o rimanere un Incaricato alle Vendite, compresi i pagamenti richiesti per l'acquisto di servizi aggiuntivi offerti dalla Società - es: formazione on-line, eCommerce od altre soluzioni internet, Apps di vendita o shop-on-line, nel caso in cui siano assolutamente indispensabili per lo svolgimento della attività, o nel caso in cui l'Impresa richieda all'Incaricato l'acquisto di tali servizi, ed i relativi costi di spedizione – dovrà essere parametrato al valore di costo per l'Azienda e sarà completamente rimborsabile (al netto di qualsiasi commissione percepita) nel caso in cui l'Incaricato alle Vendite decida di cessare il proprio incarico entro 30 giorni dal pagamento in questione, salve le opportune verifiche.

Gli importi rimborsabili sono esclusivamente quelli pagati dall'Incaricato alle Vendite nei 30 giorni precedenti la cessazione.

Il pagamento di provvigioni sugli esborsi da parte degli Incaricati per essere nominati Incaricati, ovvero per mantenere l'incarico di Incaricati, e che siano, a tutti gli effetti, un compenso per l'attività di reclutamento, è vietato.

3.1.8 Non discriminazione e Privacy

Le opportunità commerciali offerte dalle Società sono aperte ai potenziali Incaricati senza alcuna discriminazione di genere, razza, gruppo etnico, credo religioso, di valori spirituali, o di tendenze politiche. Le Imprese proibiscono per iscritto, qualsiasi tipo di commistione dei summenzionati componenti della vita privata dell'Incaricato con l'attività commerciale da questi svolta.

Le Imprese e gli Incaricati non devono sfruttare a proprio vantaggio elementi della sfera privata, sociale, intellettuale od emotiva di altri Incaricati.

3.1.9 Scorte di prodotti e riacquisto

Le Imprese non devono richiedere né incoraggiare gli Incaricati ad acquistare prodotti in quantitativo tale da creare delle scorte, né imporre acquisti di prodotti. Sarà considerata pratica di reclutamento ingannevole e scorretta, e conseguentemente vietata, per una Impresa o un Incaricato alle Vendite, richiedere od incoraggiare un Incaricato ad ordinare quantitativi irragionevoli di prodotti o strumenti di vendita. Le Imprese devono adottare chiare ed idonee misure per fare in modo che le provvigioni derivanti dalle proprie down-line siano calcolate su volumi di vendite effettivamente sviluppati da tali down-line.

Fatto salvo il diritto di recesso (punto 3.1.12 che segue), la Società, se richiesta alla data di cessazione dell'incarico, riacquisterà i beni ancora vendibili, i materiali promozionali, gli strumenti di vendita ed il kit di avvio attività eventualmente in possesso dell'Incaricato a tale data. L'Incaricato riceverà, entro 30 giorni, un minimo del 90% del prezzo originario dei beni integri resi dal medesimo.

La Società potrà trattenere, anche in compensazione, l'ammontare delle provvigioni e dei bonus, nonché di qualsivoglia ulteriore beneficio economico ricevuto dall'Incaricato alle Vendite che sia stato calcolato sull'ordine di acquisto da parte del medesimo che sia stato oggetto di reso.

I termini e le condizioni applicabili al reso di prodotti dovranno essere chiaramente comunicati agli Incaricati da parte della Società.

3.1.10 Formazione e addestramento

Le Imprese devono fornire formazione e addestramento idonei affinché gli Incaricati operino nel rispetto delle vigenti disposizioni di legge oltre che in modo etico e corretto, a tal uopo fornendo informazioni circa le disposizioni di legge applicabili all'attività dell'Incaricato ed i Codici Etici applicabili, nonché circa il settore di mercato di riferimento ed i prodotti e/o i servizi commercializzati dalle Imprese.

La formazione e l'addestramento di cui innanzi potranno essere realizzati mediante riunioni ed incontri, nonché la distribuzione - gratuita od a prezzi ragionevoli - di manuali scritti, guide o materiali audiovisivi.

Le Imprese non dovranno utilizzare la formazione ed addestramento quale fonte di guadagno.

3.1.11 Altri materiali

Le Imprese vietano ai propri Incaricati di mettere a disposizione di altri Incaricati qualsivoglia materiale che non sia approvato dalla Società e non rispetti le politiche e/o le procedure aziendali.

Inoltre, gli Incaricati che offrano materiale promozionale e/o formativo approvato dalla Società ed autorizzato da quest'ultima, in qualsiasi forma, anche elettronico, dovranno:

- (i) utilizzare esclusivamente materiali conformi agli standard riconosciuti ed accettati dall'Impresa;
- (ii) rispettare il divieto di condizionare il reclutamento di altri Incaricati alle Vendite all'acquisto di tale materiale;
- (iii) fornire ausili alla vendita a prezzo equo e ragionevole, senza che vi sia alcun significativo profitto per l'Incaricato, pari, comunque, al prezzo di acquisto di ausili analoghi, disponibili sul mercato;
- (iv) garantire, per tale materiale, condizioni di reso analoghe a quelle praticate dalla Società stessa.

Le Imprese metteranno in atto ogni ragionevole sforzo per garantire che gli ausili di vendita predisposti dagli Incaricati rispettino le previsioni del presente Codice e non siano in alcun modo fuorvianti o ingannevoli.

È vietato erogare corrispettivi agli Incaricati calcolati sui materiali formativi e/o promozionali venduti dai medesimi ad altri Incaricati al fine di diventare e/o continuare ad essere Incaricati, allorché tale erogazione si configuri, a tutti gli effetti, quale compenso per il reclutamento di altri Incaricati nel sistema di vendita della Società.

3.1.12 Diritto di recesso e di rinuncia all'incarico

L'Incaricato avrà a disposizione un periodo di -almeno- 10 giorni lavorativi dalla data di sottoscrizione del relativo atto d'incarico per poter recedere dall'incarico stesso senza penalità ed obbligo di motivazione. L'Incaricato deve informare per iscritto l'Impresa della sua decisione di recedere dall'accordo.

Ove l'Incaricato abbia esercitato il diritto di recesso, l'Impresa dovrà ritirare tutti i prodotti e gli strumenti di vendita che l'Incaricato abbia eventualmente acquistato dall'Impresa, rimborsando, senza alcun addebito gli importi eventualmente pagati dall'Incaricato. Il rimborso è subordinato all'integrità dei beni e dei materiali restituiti.

Restano, in ogni caso, salve le disposizioni di legge obbligatoriamente applicabili in ipotesi di rinuncia, recesso e cessazione dell'incarico di Incaricato alle Vendite.

3.1.13 Principi di comportamento

Le Imprese e gli Incaricati alle Vendite assicureranno che i contatti con i Clienti e/o con gli altri Incaricati, anche solo potenziali, avvengano con discrezione e in orari adeguati al fine di evitare indebite intrusioni nella vita privata altrui, e nel pieno rispetto delle norme di legge in materia. Gli Incaricati e le Imprese porranno in essere tutte le necessarie azioni e cautele per assicurare la protezione delle informazioni personali fornite dal Consumatore o da altro Incaricato, anche solo potenziali.

3.2 - RAPPORTI FRA IMPRESE E FRA INCARICATI ALLE VENDITE

3.2.1 Principi

Le Imprese aderenti ad AVEDISCO e gli Incaricati alle Vendite devono comportarsi lealmente nei confronti degli altri Associati e degli altri Incaricati.

3.2.2 Storno

Le Imprese e gli Incaricati non devono sollecitare Incaricati di altre Imprese attraverso sistematiche azioni di storno.

3.2.3 Denigrazione

Le Imprese non devono denigrare, né consentire ai loro Incaricati alle Vendite di farlo, i prodotti, le vendite, il piano compensi o di sviluppo attività o comunque altri aspetti di qualsiasi altra Impresa.

3.2.4 Solidarietà sociale

Le Imprese si impegnano a fornire in sede associativa tutte le indicazioni utili allo sviluppo delle Vendite Dirette e si adopereranno, nei limiti del possibile e nel rispetto della propria autonomia, ad assumere posizioni comuni di fronte a problemi ed interventi esterni.

I rapporti fra Imprese associate dovranno essere improntati a principi di solidarietà sociali quali:

- la consultazione preventiva per iniziative che possano incidere o interferire con l'attività di altri soci,
- il confronto preventivo, direttamente o tramite l'Associazione, su ogni potenziale causa di dissidio,
- il deferimento a conciliazione e arbitrato, secondo quanto previsto dall'Atto costitutivo e dallo Statuto AVEDISCO, di ogni causa di dissidio che dovesse verificarsi.

SEZIONE 4 - APPLICAZIONE DEL CODICE

4.1 Responsabilità dell'Impresa

L'osservanza del Codice costituisce la primaria responsabilità di ogni Impresa.

Nell'eventualità di infrazioni, le Imprese dovranno porre in essere ogni ragionevole sforzo al fine di risolvere eventuali reclami e contestazioni.

Ogni Azienda associata o candidata tale è tenuta ad individuare una figura interna a cui affidare la vigilanza sull'osservanza del Codice da parte della Impresa stessa ed il compito di interagire con l'Amministratore del Codice.

Tale figura inoltre rappresenterà il punto di riferimento principale all'interno della Azienda per la divulgazione dei principi del Codice Etico AVEDISCO ai propri Incaricati, Collaboratori, Clienti e, in generale, all'esterno.

4.2 Responsabilità di AVEDISCO

AVEDISCO designa al proprio interno un responsabile della gestione delle controversie.

AVEDISCO si impegna a compiere ogni ragionevole sforzo per comporre le controversie di volta in volta insorte.

4.3 Amministratore del Codice

AVEDISCO nomina un soggetto o un organismo indipendente in qualità di Amministratore del Codice avente il compito di attivarsi, a seguito di segnalazioni eventualmente pervenute, nei modi e nei termini previsti dal Codice, mediante azioni ritenute appropriate al fine di garantire il rispetto del Codice da parte delle Imprese.

L'Amministratore del Codice, fermo quanto sopra:

- i. monitora con azioni appropriate l'osservanza dei Codici da parte delle Imprese associate;
- ii. interviene per risolvere eventuali lamentele e reclami, da parte di Consumatori e/o Incaricati alle Vendite -che non siano state precedentemente risolte direttamente con l'Impresa- e riguardanti violazioni del Codice, secondo le procedure di composizione fissate da AVEDISCO e riportate nella Sezione 5.
- iii. redige una relazione annuale avente ad oggetto la gestione del Codice.

4.4 Azioni correttive

Con riferimento ai reclami presentati da Consumatori, le azioni correttive che devono essere poste in essere dalle Imprese, da AVEDISCO o dagli Amministratori del Codice, possono riguardare: la cancellazione di ordini, la restituzione di prodotti e/o servizi acquistati, il rimborso di pagamenti effettuati dai Consumatori, nonché qualsivoglia ulteriore azione ritenuta appropriata, incluse eventuali richiami agli Incaricati, la revoca dell'incarico alle vendite, richiami alle Imprese, sanzioni pecuniarie, sospensione e/o espulsione dall'Associazione e la pubblicità dei provvedimenti e delle sanzioni adottati nei modi e nei termini ritenuti idonei.

Con riferimento ai reclami di Incaricati alle Vendite nei confronti di una Impresa in merito alla violazione dei Codici, le azioni correttive comminate dall'Amministratore del Codice possono prevedere: la revoca dell'incarico alle vendite, il rimborso dei pagamenti effettuati all'Incaricato, l'invio di formale diffida all'Impresa e/o agli Incaricati di quest'ultima, ovvero altre azioni ritenute appropriate, oltre alla pubblicità dei provvedimenti e delle sanzioni adottati nei modi e nei termini ritenuti idonei.

4.5 Trattazione dei reclami

Le Imprese, AVEDISCO e l'Amministratore del Codice stabiliscono le procedure operative ai fini della trattazione dei reclami ricevuti.

L'Amministratore del Codice garantisce che la presa in carico di ogni reclamo venga normalmente confermata entro due settimane e che la conseguente decisione sia resa entro tre mesi da tale data, salvo eventuale proroga di ulteriori tre mesi dovuti alla complessità del caso. La trattazione del reclamo presentato da un Consumatore sarà gratuito per il richiedente Consumatore.

4.6. Reclami da parte delle Imprese

Il reclamo presentato da una Impresa nei confronti di altra Impresa o di una Associazione Nazionale (DSA) sarà devoluto alternativamente all'Amministratore del Codice, o ad un arbitro indipendente, secondo le previsioni delle procedure di AVEDISCO.

4.7 Pubblicazione

Il presente Codice viene pubblicato da AVEDISCO, che si impegna a diffonderlo gratuitamente nel modo più ampio possibile.

4.8 Amministratore del Codice Europeo

Viene istituito un Amministratore del Codice a livello europeo costituito da un comitato di quattro componenti nominati dal Consiglio Direttivo di Seldia, di cui tre, provenienti dal settore della Vendita Diretta, ed un quarto, non proveniente dal settore, che funge da Presidente.

Il Direttore Esecutivo di Seldia, d'ufficio, funge da Segretario del consesso.

L'Amministratore del Codice Europeo potrà disporre uno degli interventi elencati nel paragrafo che segue nel caso il Consumatore abbia la propria residenza in uno degli Stati membri dello Spazio Economico Europeo (SEE o EEA), oppure l'Impresa o l'Incaricato siano attivi in uno dei predetti Paesi.

L'Amministratore del Codice Europeo può:

- (i) esaminare e giudicare reclami ricevuti da soggetti (Consumatori, Incaricati alle Vendite, Imprese di Vendita Diretta, Organizzazioni dei Consumatori, ecc.) appartenenti ad uno dei Paesi del SEE nei quali l'Associazione Nazionale ivi presente non faccia parte di Seldia, e che coinvolgano una Impresa di Vendita Diretta associata a Seldia oppure una Associazione nazionale, se associata a Seldia;
- (ii) esaminare e giudicare reclami ricevuti da soggetti che siano parti di attività/vendite transnazionali e che coinvolgano una Impresa di Vendita Diretta associata a Seldia, oppure una Associazione nazionale associata a Seldia di uno dei Paesi del SEE;
- (iii) esaminare e giudicare reclami ricevuti da una Associazione nazionale membro di Seldia in uno dei Paesi del SEE e che coinvolgano una Impresa di Vendita Diretta associata a Seldia;
- (iv) esaminare e giudicare reclami di Associazioni nazionali che siano membri di Seldia in uno dei Paesi dello SEE e che coinvolgano Imprese associate alla WFDSA, il WFDSA CEO Council, o di Associazioni nazionali non facenti parte di Seldia, con il fine di porre in essere una conciliazione con le predette Imprese di Vendita Diretta, la WFDSA e la Associazione nazionale in questione;
- (v) rendere, dietro richiesta, un parere con riferimento alle pratiche poste in essere da una Impresa e che ricadano nell'ambito di applicazione dei presenti Codici.

4.9 Procedure per l'Amministratore del Codice Europeo

4.9.1 Raccolta delle informazioni

Nel caso in cui per poter esaminare un reclamo sorga la necessità di acquisire ulteriori informazioni per accertare i punti di fatto o di diritto, l'Amministratore del Codice Europeo informerà l'Impresa coinvolta circa il reclamo ed i suoi contenuti e la provenienza, a meno che l'autore del reclamo non abbia richiesto l'anonimato.

L'Amministratore del Codice Europeo ha facoltà di richiedere all'Impresa ed al ricorrente di fornire ulteriori informazioni.

Una volta analizzati i fatti sulla scorta delle norme stabilite dal Codice, l'Amministratore del Codice Europeo renderà la decisione se si debba procedere o meno, non oltre tre mesi dalla presentazione del reclamo.

4.9.2 Applicazione del Codice

Nel caso in cui l'Amministratore del Codice ritenga ci si trovi di fronte ad una violazione del Codice indirizzerà un invito alla Società coinvolta a fornire le sue osservazioni nel termine di un mese.

L'Impresa dovrà, entro un mese, assumere una posizione con riguardo alle situazioni di fatto relative alla osservanza del Codice, in base alla quale l'Amministratore assumerà la propria decisione in merito all'apertura della procedura.

Alla luce delle risposte ricevute dall'Impresa, o in assenza di queste, l'Amministratore del Codice Europeo potrà emettere un parere, nel quale potrà sancire i motivi per i quali ritenga essersi verificata, nel caso di specie, una violazione del Codice Seldia, inviando formalmente la Società a conformarsi al rispetto del Codice nel termine massimo di tre mesi.

Il Consiglio di Seldia potrà decidere di rendere pubblica tale determinazione su risposta del Presidente dell'Amministratore del Codice, a seguito di raccomandazione in tale senso proveniente da parte dei propri componenti.

SEZIONE 5 - SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI

5.1 Violazione del Codice

Nel caso di condotte che violino la Sezione 3.2 del presente Codice, poste in essere da un'Impresa anche attraverso propri Incaricati, dovrà farsi ricorso alla "Commissione di Conciliazione e Arbitrato" di cui al Regolamento dello Statuto AVEDISCO.

Nel caso di un atto, una attività od un comportamento che violi le Sezioni 2 e 3.1 del presente Codice, posto in essere da una Impresa, anche attraverso suoi Incaricati, la competenza a decidere in materia è devoluta all'Amministratore del Codice.

La Commissione e l'Amministratore del Codice, nell'ambito delle rispettive competenze, adotteranno i provvedimenti di cui ai punti seguenti.

5.2 Procedura

La Commissione/l'Amministratore del Codice notifica, mediante PEC o Raccomandata con avviso di ricezione, la violazione all'Impresa coinvolta, la quale avrà un termine, fissato dall'organismo competente, non inferiore a 30 giorni per elaborare le proprie difese, oltre ad avere diritto ad essere sentita qualora ne faccia apposita richiesta.

La Commissione/l'Amministratore del Codice dovrà assicurare il contraddittorio secondo una procedura che sarà stabilita di volta in volta e tale da garantire, alle parti, l'esercizio del diritto di difesa.

Qualora la violazione oggetto del reclamo risulti fondata, all'Impresa responsabile verrà comunicata l'azione di rimedio decisa e l'eventuale applicazione delle sanzioni del caso in conformità ai punti 5.3, 5.4, 5.5.

5.3 Richiamo

Qualora un'Impresa violi per la prima volta il Codice, la stessa sarà richiamata per iscritto, salvo casi di particolare gravità nei quali possono applicarsi direttamente le sanzioni di cui ai punti seguenti.

5.4 Sospensione

Qualora l'Impresa richiamata persista nel comportamento vietato, ovvero violi per la seconda volta il Codice, potrà essere proposta al Consiglio Direttivo AVEDISCO di comminare la sospensione e una sanzione pecuniaria da 5.000 a 25.000 euro, da destinarsi ad attività didattiche, di studio, di formazione o ad altre attività promozionali di AVEDISCO.

5.5 Esclusione

Qualora l'Impresa già sospesa persista nel comportamento vietato, ovvero violi per la terza volta il Codice, potrà essere proposta al Consiglio Direttivo AVEDISCO, oltre l'ulteriore sanzione pecuniaria per un importo da 10.000 a 25.000 euro, anche la sottoposizione all'Assemblea dei Soci dell'esclusione dell'Impresa dall'Associazione.

In caso di esclusione per violazione del Codice, il Consiglio Direttivo AVEDISCO può disporre di dare notizia dell'esclusione su tre quotidiani a diffusione nazionale, con spese a carico dell'Impresa esclusa.

Per domande contatta il tuo sponsor.
Se non sei ancora registrato puoi contattare me -
Martina Hahn: Cell/ WhatsApp: +39 340-7012181

Vistita www.team-one.it per informazioni sull'attività
con Forever



FOREVER®

Forever Living Products Italy S.r.l.

Via del Casaleto, 305 - 00151 Roma

Tel. 06 88.69.81 - Fax 06 88.69.82.00



SETTEMBRE 2023