COMPANY POLICY

POLITICHE E PROCEDURE AZIENDALI
CODICE DI CONDOTTA PROFESSIONALE

Informazioni sull'offerta di business Forever: www.team-one.it

INDICE

1. Introduzione 4
2. Definizioni 6
3. Cliente Privilegiato..... 12
4. Struttura dei Compensi / Piano Marketing..... 13
5. Status e Qualifiche per i Manager 21
6. Leadership Bonus 24
7. Altri Incentivi..... 27
8. Riconoscimenti per i Manager e oltre 28
9. Gem Bonus 34
10. Programma Auto..... 36
11. Chairman's Bonus..... 38
12. Forever Global Rally..... 42
13. Procedure per effettuare gli ordini 45
14. Politiche di Risponsorizzazione 46
15. Politiche di Sponsorizzazione Internazionale..... 48
16. Attività Proibite..... 50
17. Politiche Aziendali..... 54
18. Requisiti Legali..... 58
19. Clausole Restrittive 61
20. Informazioni Riservate e Accordi di Non divulgazione..... 63
21. Responsabilità, garanzia, restituzione del prodotto e resi 65
22. Codice di Condotta Professionale 68

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 (FLP) è una famiglia internazionale di aziende che producono e commercializzano prodotti esclusivi per il benessere e la bellezza in tutto il mondo, attraverso un concetto unico che incoraggia e supporta l'uso e la promozione dei suoi prodotti tramite gli incaricati alla vendita indipendenti - Forever Business Owners (FBO). FLP fornisce a ciascun FBO prodotti di alta qualità, personale di supporto ed un piano marketing di settore ben strutturato. FLP con i suoi prodotti, offre un'opportunità sia ai consumatori che agli FBO, di migliorare la qualità della loro vita attraverso l'uso dei prodotti ed offre a chi sia disposto a lavorare correttamente al programma, la possibilità di avere successo. A differenza di altre attività, il rischio finanziario è ridotto per i partecipanti di FLP, in quanto non è richiesto un investimento di capitale per l'avvio dell'attività e perchè l'azienda offre una politica di cessazione/interruzione dell'attività stessa. Una quota mensile di supporto FBO non superiore a € 3, come definito di seguito, viene detratta dai bonus guadagnati da coloro che ne hanno diritto, ma non è richiesto alcun pagamento diretto.

(b) FLP non garantisce che un FBO otterrà successo finanziario senza lavorare o facendo affidamento esclusivamente sugli sforzi degli altri. Il sistema di compensi in FLP si basa sulla raccolta ordini dei suoi prodotti. Ogni FBO è un incaricato indipendente il cui successo o fallimento dipende dall'impegno personale.

(c) FLP vanta una lunga storia di successo. L'obiettivo fondamentale del piano marketing di FLP è quello di promuovere la raccolta ordini e l'uso di prodotti di alta qualità da parte dei consumatori. Lo scopo principale degli incaricati è la promozione e l'uso dei prodotti da parte dei consumatori, direttamente e attraverso la costruzione di un'organizzazione.
(d) Gli Incaricati indipendentemente dal livello raggiunto nell'ambito del Piano Marketing Forever, sono incoraggiati a promuovere la raccolta di ordini.

(e) Gli Incaricati di successo acquisiscono una conoscenza aggiornata del mercato partecipando ad incontri di formazione, mantenendo la propria rete di clienti e Sponsorizzando altri Incaricati alle Vendite.

(f) L'Incaricato alle Vendite che avesse domande o bisogno di chiarimenti può contattare l'Ufficio Vendite o l'Assistenza Clienti al numero 06 88.69.81.

1.02 (a) La Company Policy ed il Codice di Condotta Professionale sono stati implementati per fornire regole di comportamento per procedure di vendita e marketing corrette e

per prevenire atti impropri, abusivi o illegali.

(b) Le Politiche Aziendali possono essere modificate da FLP di volta in volta. Gli FBO accettano che tali modifiche entreranno in vigore e che saranno vincolati da qualsiasi modifica 30 giorni dopo la pubblicazione della notifica della modifica con modalità commercialmente ragionevoli, che includono, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, e-mail o altri mezzi di notifica. Gli FBO accettano che è loro dovere mantenere aggiornato l'indirizzo email fornito a FLP e notificare tempestivamente a FLP qualsiasi modifica, in modo da poter ricevere tutte le comunicazioni che FLP invia loro in merito alle modifiche.
Un FBO può recedere da qualsiasi modifica proposta interrompendo la propria attività con FLP prima della data di entrata in vigore di tali modifiche. La continuazione della partecipazione di un FBO alla propria attività con FLP a partire dalla data di entrata in vigore di una modifica costituisce accettazione della stessa. A meno che FBO non accetti espressamente una modifica, quest'ultima non avrà effetto retroattivo su attività svoltesi prima della data di entrata in vigore della modifica.

(c) Ogni incaricato ha l'obbligo di conoscere la Company Policy ed il Codice di Condotta Professionale esistenti al momento dell'iscrizione e le revisioni o le modifiche indicate dall'Azienda.

(d) Ogni FBO accetta di rispettare la Company Policy. L'invio di ordini di prodotti di FLP rappresenta una riaffermazione di tale impegno a rispettare le politiche aziendali.

e) Qualsiasi atto o omissione che comporti un uso improprio, una falsa rappresentazione o una violazione delle Politiche aziendali può comportare la revoca della licenza concessa per l'utilizzo dei marchi registrati, dei marchi di servizio e di altri marchi di FLP, incluso il diritto di acquistare e distribuire i prodotti FLP.

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, nonchè 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 gruppi totali 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) **Case Credits di Gruppo**: I Case Credits Attivi di un FBO più i Case Credits accumulati dalle Down-line di tale FBO che non siano generati da Down-line Manager.

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

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

(g) **Pass-Thru Case Credits:** Case Credits derivanti dalle Vendite Accreditate di un Non-Manager che passano da un Manager inattivo alla prima Up-Line Manager Attiva. Questi non vengono conteggiati come Case Credits gruppi totali per tale Manager Attivo; tuttavia vengono calcolati come parte dei suoi Case Credits Totali.

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

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

(l) **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.

Linee CBM: il conteggio dei CB Manager nelle linee sponsorizzate che un FBO può utilizzare per qualificarsi al Chairman's Bonus.

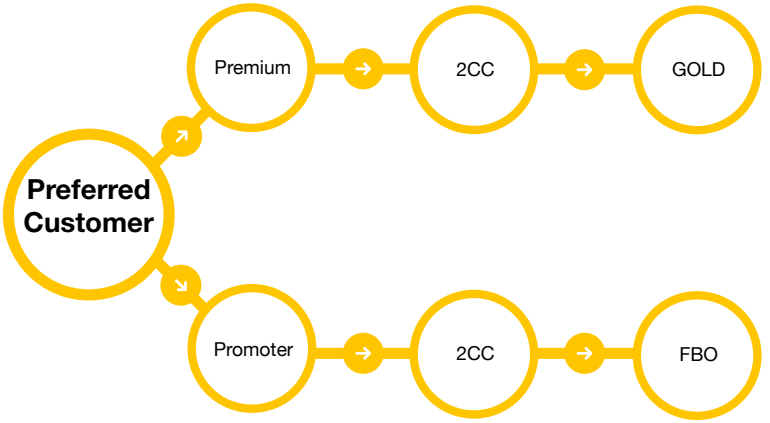
Cliente Club: un cliente al dettaglio così indentificato in Italia, è colui che acquista i prodotti FLP sottoscrivendo un ordine di acquisto inviato alla Forever. Un Cliente Club non è legato ad alcuno Sponsor ed ha pertanto facoltà di rivolgersi ad un Incaricato di Vendite differente

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 (Prefered 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 ha raggiunto lo status/qualifica di Eagle Manager.

Linee Eagle Manager: conteggio di Eagle Manager nelle linee sponsorizzate di un FBO che può utilizzare per raggiungere un livello di vendite e/o qualifiche Eagle .

Esonero: viene riconosciuto all'FBO che raggiunge determinati requisiti per qualificarsi ad un Bonus in una determinata Società Operativa, tali requisiti verranno accettati in sostituzione dei requisiti per il Mese successivo in altre Società Operative 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, nella propria Società Operativa di origine riceverà un Esonero dei 4 CC Attivi per il Mese successivo in tutte le altre Società Operative.

(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 Società Operativa durante il Mese corrente riceverà un Esonero per il Leadership Bonus nel Mese successivo in tutte le altre Società Operative.

FBO: colui che raggiunge 2 Case Credits entro due mesi consecutivi in una singola Società Operativa è qualificato per ricevere fino al 30% di sconto, più un ulteriore sconto personale dal 5% fino al 18% sugli acquisti personali, a seconda del proprio livello nel Piano Marketing Forever e dello status dei 4CC attivi.

FBO Attivo: un FBO è considerato Attivo con 4 o più Case Credits durante un Mese nella propria Società Operativa 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.

Bonus: un pagamento ad un FBO per l'ottenimento di incentivi applicabili.

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

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 4.04)

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 4.02)

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 qualifichino Manager nello stesso periodo.

(vedi 4.01)

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 4.03)

Manager Trasferito: un Manager viene considerato Trasferito in linea con la Politica descritta nella sezione 3.01(h) finché non si riqualifichi come Manager Sponsorizzato in ogni singolo Paese. (vedi 4.04)

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 Origine: il paese designato dall'FBO in cui deve qualificarsi per ricevere l'Esonero per tutti gli altri Paesi FLP.

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 Suggerito (SRP): il prezzo, imponibile oneri escluso (IVA, spese di spe-

dizione 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 Suggerito (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 Suggerito (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 Suggerito (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 Suggerito (SRP), di Vendite 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 Suggerito (SRP), di Vendite 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.

Quota di supporto FBO: una quota di supporto mensile fino a € 3 che verrà detratta dai bonus di tutti gli FBO che raggiungono la qualifica di Assistant Supervisor o superiore per supportare le operazioni degli FBO. Questa tariffa verrà applicata solo nei mesi in cui l'FBO stesso guadagna un bonus. Ad esempio, se un FBO guadagna € 1 di bonus in un mese, € 1

verrà detratto come commissione di supporto FBO. Se un FBO guadagna € 20 di bonus in un mese, verranno detratti € 3 come tariffa di supporto FBO. Se un FBO non guadagna alcun bonus in un mese, non verrà riscossa alcuna commissione di supporto FBO. Le commissioni non saranno accumulate e non saranno dovuti pagamenti arretrati. Non è richiesto alcun pagamento diretto.

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 Suggerito di Vendita, e, che varia in relazione al livello raggiunto dall'incaricato, nel piano marketing in vigore.

Società Operativa*: 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.

Società Operativa di Qualifica: la Società Operativa in cui l'FBO ha generato il maggior numero di Case Credits totali per qualificarsi agli incentivi globali.

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 carteceo 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.*

**Definizione sulla Company Policy della Casa Madre: Operating Company (OC).*

3. CLIENTE PRIVILEGIATO

3.01 Il Cliente Privilegiato è esclusivamente un consumatore dei prodotti FLP.

3.02 Il Cliente Privilegiato acquista i prodotti con uno sconto del 5% sul prezzo di listino (SRP).

3.03 Quando il Cliente Privilegiato acquista uno Start Your Journey Pack o 2CC di prodotti nell'arco di 2 mesi consecutivi, ha diritto a uno sconto permanente del 30% per tutti gli ordini a seguire.

3.04 Un Cliente Privilegiato che ha diritto allo sconto del 30% può aderire (opt-in) al Piano di Marketing in qualità di Forever Business Owner (FBO) con la qualifica di Assistant Supervisor.

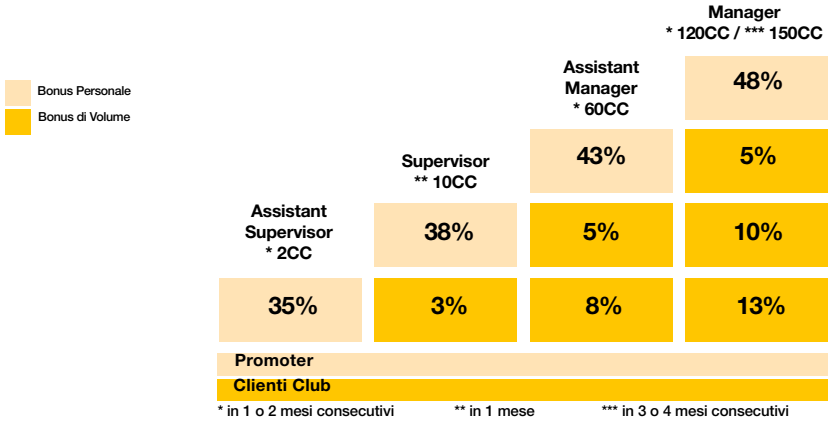
4. STRUTTURA DEI COMPENSI / PIANO MARKETING

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.



(a) **Assistant Supervisor** si ottiene generando un totale di 2 Case Credits di gruppo totale in un qualsiasi Società Operativa 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 10 Case Credits di gruppo totale in 1 mese. 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 che acquistano con uno sconto del 30%;

- 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 60 Case Credits di gruppo totale 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 che acquistano con uno sconto del 30%;

• 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 di gruppo totale in 1 o 2 Mesi consecutivi, oppure 150 Case Credits di gruppo totale in 3 o 4 Mesi consecutivi. L'Incaricato alle Vendite qualificatosi come Manager 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 che acquistano con uno sconto del 5%;

• 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 Sponsorizzato.

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 Società Operative 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'unica Società Operativa.

(f) I Case Credits provenienti da più Società Operative 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'unica Società Operativa, 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 tutte le altre Società Operative. Se i Case Credits necessari al raggiungimento della qualifica sono stati generati in diverse Società Operative, tale qualifica avverrà in tutte le altre Società Operative il 15 del Mese successivo al raggiungimento dei Case Credits accumulati (con effetto retroattivo al primo giorno di quel mese).

(h) Un FBO che si qualifica Manager Riconosciuto come descritto nella sezione 3.01, viene classificato come Sponsorizzato o Trasferito come segue:

1) Se i 120 o 150 Case Credits sono generati in una singola Società Operative, e l'FBO è Attivo nella Società Operativa di origine durante il periodo di qualifica, l'FBO deve essere classificato come Manager Sponsorizzato sia nella Società Operativa in cui sono stati generati i 120 o 150 Case Credits sia nella Società Operativa di origine e come Manager Trasferito in tutti gli altri Paesi.

2) Se i 120 o 150 Case Credits sono generati in più Società Operative, l'FBO deve essere classificato come Manager Sponsorizzato nella Società Operativa di origine e come Manager Trasferito in tutte le altre Società Operative.

(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 nella Società Operativa 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 Promoter raggiunga il livello di Manager. Successivamente, se lo Sponsor si qualifica al Lea-

dership Bonus, riceve i Leadership Case Credits pari al 40% dei Case Credits totali di gruppo del primo Manager, qualificato al Leadership Bonus, e su ogni sua linea di Sponsorizzazione, il 20% dei Case Credits totali di gruppo della seconda linea Manager, qualificato al Leadership Bonus, e su ogni sua linea di Sponsorizzazione e il 10% dei Case Credits totali di gruppo 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 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 ai Bonus di Volume e Leadership e agli 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 nella Società Operativa di origine (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 una Società Operativa Estera, deve essere qualificato come Attivo nella Società Operativa di origine durante il Mese precedente, o avere un totale di 4 CC attivi presso quella società operativa estera durante tale mese.

(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 riqualificarsi 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 Suggerito (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.

(g) Una quota di supporto FBO verrà riscossa ai qualificati Assistant Supervisor e oltre, ma non sarà richiesto alcun pagamento diretto.

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.

4.06 Conservazione dati

(a) Qualsiasi FBO che non abbia ancora raggiunto la qualifica di Manager (sotto il livello di Manager), Cliente Privilegiato o Cliente Club per il quale non risulta alcuna attività associata al proprio codice ID (inclusi, ma non limitati a, Vendite accreditate, acquisti di prodotti, sponsorizzazioni o guadagni di commissioni e/o bonus) durante un periodo consecutivo di sette (7) anni, sarà considerato inattivo

e dunque i suoi dati verranno rimossi o offuscati dal sistema aziendale in conformità con la nostra Politica di conservazione dati.

4.07 Prezzi

(a) Un Cliente al dettaglio acquista al Prezzo al dettaglio consigliato.

(b) I Clienti Privilegiati acquistano con uno sconto del 5% sul prezzo di listino. Quando un Cliente Privilegiato acquista l'equivalente di 2CC entro 2 mesi solari consecutivi (in 2 mesi consecutivi), il suo sconto passa dal 5% al 30%, a partire dall'ordine successivo. Non verrà effettuato alcun ricalcolo degli ordini in cui il requisito dei 2CC è stato raggiunto a metà ordine.

(c) Una volta che un promoter ottiene lo sconto del 30% e aderisce diventa un FBO con la qualifica di Assistant Supervisor e, se è attivo con i 4CC, riceverà un bonus aggiuntivo del 5% sugli ordini personali, a partire dall'ordine successivo.

(d) Una volta che un FBO soddisfa il requisito dei CC per il livello di vendita successivo (Supervisor, A/Manager, Manager), il prezzo all'ingrosso rettificato viene ridotto rispettivamente fino al 38%, 43% o 48%, con effetto dal prossimo ordine a partire dall'ordine successivo. Se il requisito dei CC si soddisfa a metà ordine, all'FBO verrà corrisposto un bonus personale rispettivamente dell'8%, 13% e 18%, in base all'SRP sulla parte dell'ordine attribuibile al nuovo livello raggiunto.

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 di gruppo in 1-2 Mesi consecutivi o 150 CC di Vendite Accreditate di gruppo in 3-4 Mesi consecutivi, e

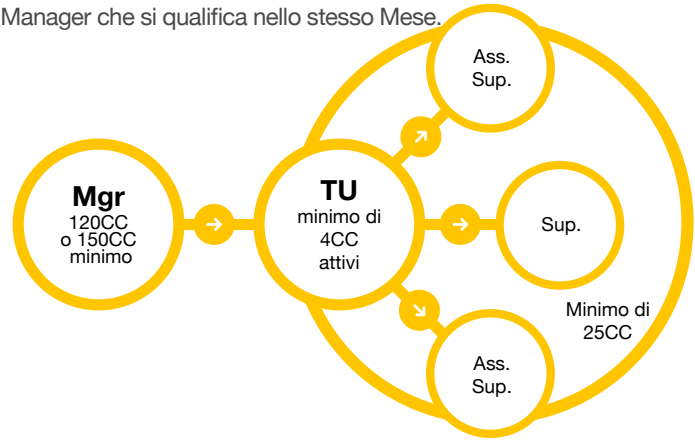
2) Se i Case Credits sono stati generati tutti in una singola Società Operativa, l'FBO deve essere Attivo nella stessa Società Operativa ogni Mese durante lo stesso periodo, oppure, se i Case Credits sono stati generati in più Società Operative, l'FBO deve essere Attivo nella sua Società Operativa di origine ogni Mese durante lo stesso periodo.

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 di gruppo da tutte le aziende operanti 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 genera 120 Case Credits di gruppo in 1-2 mesi consecutivi, o 150 Case Credits di gruppo entro 3-4 mesi consecutivi, e l'FBO non soddisfa i restanti requisiti per diventare Manager Riconosciuto, diventa un Manager Non Riconosciuto.

(b) A partire dal mese successivo alla qualifica un Manager Non Riconosciuto può beneficiare dello Sconto acquisto, 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 riqualificarsi come Manager Riconosciuto soddisfacendo i seguenti requisiti:

1) Generando un totale di 120 Case Credits di gruppo in 1 o 2 mesi consecutivi, o 150 Case Credits di gruppo entro 3-4 mesi consecutivi, e

2) Essendo Attivo raggiungendo i 4 CC ogni mese nello stesso periodo.

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

(e) Se la riqualifica 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 riqualifica come Manager Riconosciuto.

(f) Dalla data in cui un Manager Non Riconosciuto ha generato i Case Credits di gruppo 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 riqualifica come Manager Sponsorizzato dallo Status di Manager Ereditato o Trasferito.

A partire dal mese successivo alla qualifica

(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 con-

trattuale 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 3.01(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.

(d) 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.

(e) Un Manager Ereditato o Trasferito può riqualificarsi come Manager Sponsorizzato in ogni Società Operativa soddisfacendo i seguenti requisiti:

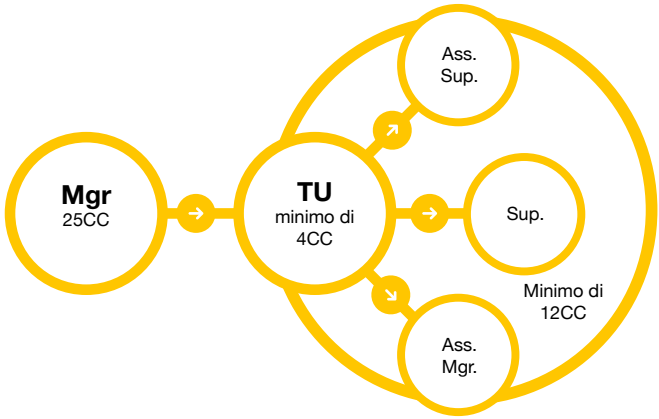
1) Generare un totale di 120 Case Credits di gruppo nel Paese in cui si sta riqualificando come Manager Sponsorizzato in 1 o 2 Mesi consecutivi (o 150 Case Credits in 3 o 4 Mesi consecutivi). Il processo di riqualificazione potrà iniziare il mese precedente al mese di trasferimento.

2) Essere Attivo durante il periodo di riqualificazione nella Sede Principale, o generando 4 Case Credits Attivi nel Paese in cui sta lavorando per ottenere lo status di Manager Sponsorizzato.

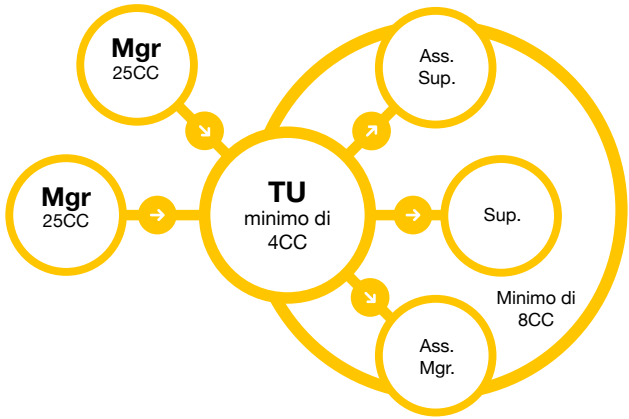
6. LEADERSHIP BONUS

6.01 Dopo che un FBO diventa un Manager Riconosciuto, può qualificarsi per il Leadership Bonus continuando a supportare le proprie Downlines Manager.

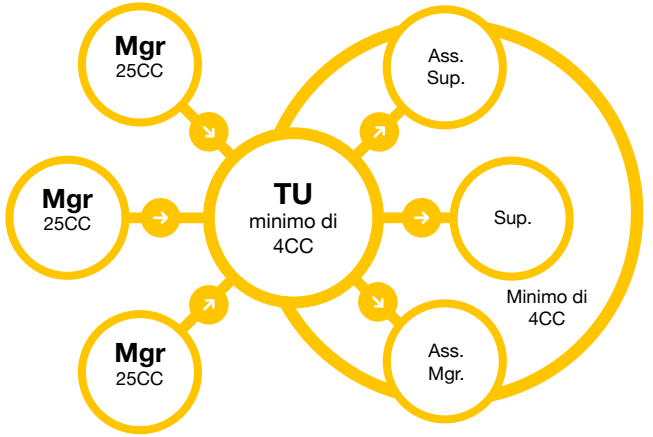
6.02 (a) Un Manager Riconosciuto che sia Attivo e abbia 12 CC di gruppo (o abbia un Esonero per lo Status di Attivo o di Leadership) in qualunque Società Operativa durante il Mese corrente, si qualifica per il Leadership Bonus generati in quella singola Società Operativa durante lo stesso Mese. I Pass-Thru Case Credits non vengono conteggiati per questa qualifica. I Case Credit Pass-Thru non contano ai fini della qualifica.



(b) Il requisito di gruppo (Pass Thru Case Credit esclusi) è ridotto a 8 CC se il Manager ha 2 Downlines Manager attive, 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 attive, ciascuno in linee Sponsorizzate separatamente, ed ognuno ha totalizzato almeno 25 Case Credits nel Mese precedente.



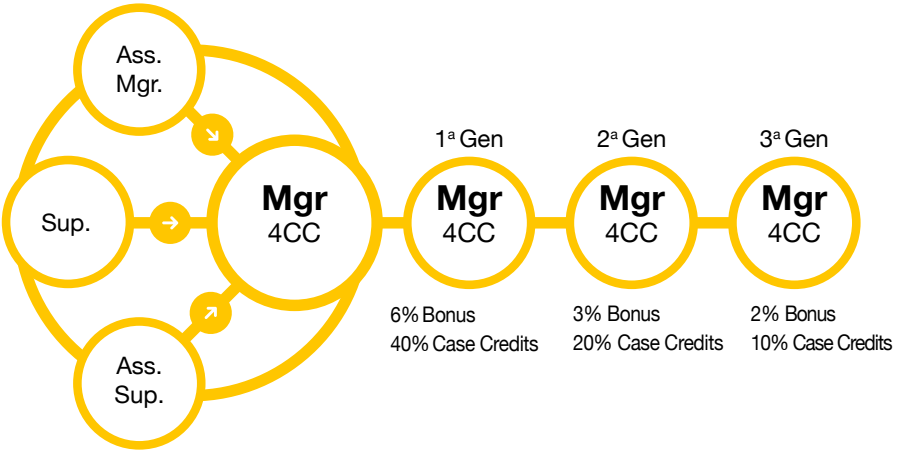
Gli schemi e gli esempi sono qui riportati a scopo esplicativo

6.03 (a) Il Leadership Bonus, basato sull'SRP totale delle Vendite Accreditate di gruppo 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 in una società operativa 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 singola Società Operativa:

1) Generare un totale di 12 Case Credits di gruppo 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 riqualificarvisi, 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 incentivi 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 la Casa Madre (Home Office).

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, Eagle Manager Retreat e viaggi per Sapphire fino ai Platinum Centurion.

(c) I Viaggi per i Sapphire, fino ai platinun Centurion 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 Platinum 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) Essere attivo ogni mese nella Società Operativa di origine oppure nella Società Operativa di Qualifica.

2) Essere Qualificato al Leadership Bonus (anche se non ha alcuna linea Manager). I Case Credits generati durante i mesi in cui non è qualificato per il Leadership Bonus NON verranno conteggiati ai fini di questo incentivo.

3) Accumulare globalmente almeno 720 Case Credits totali, inclusi almeno 100 NUOVI Case Credits.

4 Il seguente requisito può essere soddisfatto durante il periodo di qualifica da maggio ad aprile, prima o dopo aver conseguito la qualifica di Manager riconosciuto.

5 Sostenere riunioni locali e regionali.

6 Sponsorizzare personalmente almeno 3 nuove linee Supervisor in qualsiasi società Operativa valida per la qualifica.

(b) Unitamente ai requisiti sopra elencati, i Senior Manager e oltre devono anche sviluppare e mantenere linee di Eagle Manager in downline, come indicato nel seguente prospetto. Ciascuna linea Eagle deve appartenere a una downline sponsorizzata separata, indipendentemente dalla profondità delle generazioni [vedi 7.04 (d)] in qualsiasi Società Operativa valida 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).
9) Platinum Diamond Manager: 3-54 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
   55+ Downlines Eagle (Qualificato Platinum Diamond Eagle Manager).
10) Platinum Double Diamond Manager: 3-64 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
    65+ Downlines Eagle (Qualificato Platinum Double Diamond Eagle Manager).
11) Platinum Triple Diamond Manager: 3-74 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
    75+ Downlines Eagle (Qualificato Platinum Triple Diamond Eagle Manager).
12) Platinum Centurion Manager: 3-84 Downlines Eagle (Qualificato Eagle);
    85+ Downlines Eagle (Qualificato Platinum 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 Eagle.

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

(d) Un Manager può cumulare Eagle Manager tra varie Società Operative 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 varie Società Operative, 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 Case Credits 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, in qualsiasi singola Società Operativa di sua scelta, 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 considerata la Società Operativa di Qualificazione.

8.04.1 Global Leadership Team (GLT)

(a) L'appartenenza al Global Leadership Team si ottiene e si rinnova ogni anno generando un totale di almeno 7,500 Case Credits, di cui almeno 50 Nuovi Case Credits durante l'anno solare successivo al conseguimento della 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 Downline Eagle Manager sviluppate negli anni in cui il Manager Qualificato ha raggiunto i Requisiti Base e che non si siano qualificate né siano state conteggiate sotto un altro Eagle Manager in un periodo precedente, ai fini del totale accumulato. Il Manager Qualificato deve soddisfare i seguenti Requisiti Base 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 Società Operativa.

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

e) 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.

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

g) Un Manager sponsorizzato riconosciuto che è stato rimosso dal database aziendale per cessazione/terminazione o risponsorizzazione continuerà a contare ai fini del pin del livello Manager del suo Sponsor precedente.

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, un viaggio tutto compreso in una località turistica scelta dall'Azienda e una targa personalizzata.

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, un viaggio tutto compreso in un'elegante località scelta dall'Azienda e una targa personalizzata.

7.10 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 per partecipare all'incentivo aziendale Level Up.

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 Business Class, 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 spesato 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.

8.17 Platinum Centurion Manager

a) ha 200 Manager Riconosciuti di prima Generazione; oppure
b) accumula 85 Downlines Eagle Manager;
c) il Platinum Centurion Manager verrà premiato con:

1) una spilla di platino e un viaggio in Business Class tutto incluso presso una destinazione scelta dal FBO;

2) una targa personalizzata che include i nominativi dei Manager che hanno

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 di gruppo 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 di gruppo accreditate 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, nella Società Operativa di origine. 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 8.01 (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 puo 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) **Generale**

1) L'accettazione definitiva all'incentivo Chairman's Bonus è soggetta all'approvazione del Comitato Esecutivo. Il Comitato Esecutivo valuterà tutte le disposizioni contenute nella Company Policy e nel Codice di Condotta Professionale.

2) Un FBO può qualificarsi in una sola Società Operativa. Se tale FBO soddisfa i requisiti in più Società Operative, la Società Operativa in cui ha il totale più alto di Case Credits sarà considerata la Società Operativa di Qualifica.

3) Ai fini del raggiungimento del Chairman's Bonus, vengono conteggiati i Chairman's Bonus Managers delle varie Società Operative. Un FBO può contare un massimo di 1 Chairman's Bonus Manager per linea sponsorizzata, per ciascuna OC. Se un Manager ha sponsorizzato lo stesso FBO in più Società Operative, può considerare al massimo 1 Chairman's Bonus Manager sotto quell'FBO per Società Operativa, ma nessun Chairman's Bonus Manager può essere conteggiato più di una volta.

4) Un FBO risponsorizzato ha valenza per i requisiti Chairman's Bonus Manager e linea Manager con 600 cc.

5) Se un FBO diventa Manager durante il periodo di qualifica, i requisiti del Chairman's bonus NON verranno ridotti; l'FBO dovrà comunque accumulare i Case Credits Personali e Non-Manager/NUOVI durante il tempo rimanente del periodo d'Incentivo dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

6) I Case Credit Pass-Thru non vengono conteggiati ai fini del requisito dei Case Credit Non-Manager; tuttavia, vengono conteggiati nel fattore Case Credit Totali utilizzati per determinare l'importo del pagamento.

(b) **Requisiti per Tutti i Livelli.** Un FBO, dopo essere diventato Manager Riconosciuto, deve soddisfare TUTTI i seguenti requisiti nella Società Operativa di origine o nella Società Operativa 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 Società Operativa:

a. Essere qualificati al 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.

(c) **Chairman's Bonus Manager (CBM) Livello 1.** Oltre ai Requisiti Principali, nella Società Operativa di Qualifica deve essere raggiunto, salvo specifiche, quanto segue:
1) Accumulare globalmente 700 Case Credits di gruppo durante il periodo di incentivo dopo essere diventato un Manager Riconosciuto, la cui somma deve includere 150 NUOVI Case Credits.

a. Ai fini del calcolo delle Quote d'Incentivo, i Case Credits generati al di fuori della Società Operativa di Qualifica non verranno conteggiati.

2) Sviluppare uno dei seguenti in qualsiasi generazione:

a. una Downline Manager riconosciuta in un'unica Società Operativa che accumula 600 o più Case Credits Totali in una qualsiasi Società Operativa durante il periodo di incentivo dopo essere diventato Manager Riconosciuto. Questo Manager può essere un Manager esistente o di nuova generazione durante il periodo di incentivo
o,
b. Una Downline Manager qualificata al Chairman's Bonus in qualsiasi Società Operativa.

3) I 600 Case Credit del Manager non saranno inclusi nel calcolo delle Quote di Incentivo.

4) Ai fini di tale requisito, verranno considerati solo i Case Credits dei mesi in cui il Manager con 600cc risulta attivo.

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

6) 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 di gruppo / 150 NUOVI Case Credits per il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

(d) **Chairman's Bonus Manager (CBM) Livello 2**. Oltre ai Requisiti Principali, nella Società Operativa di Qualificazione deve essere raggiunto quanto segue:

1) Accumulare globalmente 600 Case Credits di gruppo durante il periodo di incentivo dopo essere diventato un Manager Riconosciuto, la cui somma deve includere 100 NUOVI Case Credits.

a) Ai fini del calcolo delle Quote d'Incentivo, i Case Credits generati al di fuori della Società Operativa di Qualifica non verranno conteggiati.

2) Sviluppare 3 Manager qualificati al Chairman's Bonus in qualunque Ge-

nerazione, ciascuno in Downlines separate, in qualsiasi Società Operativa.

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 di gruppo / 100 NUOVI Case Credits per il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

(e) **Chairman's Bonus Manager (CBM) Livello 3**. Oltre ai Requisiti Principali, nella Società Operativa di Qualificazione deve essere raggiunto quanto segue:

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

a) Ai fini del calcolo delle Quote d'Incentivo, i Case Credits generati al di fuori

della Società Operativa di Qualifica non verranno conteggiati.

2) Sviluppare 6 Manager qualificati al Chairman's Bonus in qualunque Generazione, ciascuno in Downlines separate, in qualsiasi Società Operativa.

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 di gruppo / 100 NUOVI Case Credits per il resto del periodo di qualifica dopo aver raggiunto il Livello di Manager.

(f) **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 nella Società Operante 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 Società Operante.

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.

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

1) A ciascun Manager qualificato al Chairman's Bonus che si qualifica anche per il Global Rally con almeno 1000 Case Credits Totali (Livello1k) sarà assegnato un viaggio parzialmente spesato per il GLOBAL RALLY FLP per essere premiato e ricevere il proprio Bonus. Vedi sezione 11.01

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, inclusi almeno 50 Nuovi Case Credits, 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 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) Se l'FBO è attivo con i 4CC ma non qualificato per il Leadership Bonus, solo i Case Credits di gruppo (esclusi i Pass-Thru Case Credits) generati in tale mese saranno conteggiati per il riconoscimento Global Rally; se l'FBO non è attivo con i 4cc, solo i Case Credits attivi generati in tale mese saranno conteggiati per il riconoscimento Global Rally.

(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 importo per i pasti in proporzione alla sua qualifica.

(e) FBO che accumuli 500 o più Case Credits ma non completa i requisiti rimanenti, riceverà l'accesso esclusivo alla Zoom VIP del Rally.

GLOBAL RALLY EXPERIENCE

(f) **Chairman's Bonus Manager** con oltre 1,000 Case Credits Totali (CB>1K) :
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per la Global Rally Experience.
2) indennità di spesa, equivalente a $250 USD.

(g) **1,500 Case Credits Totali** (1.5K) con meno di 50 Nuovi CC = Non qualificato al FGR:
1) Bonus di $1.500 USD.

(h) **1,500 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (1.5K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per la Global Rally Experience.
2) indennità di spesa, equivalente a $500 USD.

(i) **2,500 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (2.5K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti la Global Rally Experience.
2) indennità di spesa, equivalente a $1.000 USD.

(j) **3,500 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (3.5K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per la Global Rally Experience;

2) indennità di spesa, equivalente a $1.500 USD.
3) Speciale omaggio/servizio per migliorare la tua esperienza al Rally.
4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(k) **5,000 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (5K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per la Global Rally Experience.
2) upgrade della camera in Hotel, ove possibile.
3) indennità di spesa, equivalente a $2.000 USD.
4) Speciale omaggio/servizio per migliorare l'esperienza del Rally.
5) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

GLT RALLY & SUMMIT EXPERIENCE

(l) **7,500 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (7.5K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per il GLT Rally & Summit Experience
2) upgrade della camera in Hotel, ove possibile.
3) indennità di spesa, equivalente a $3.000 USD.
4) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(m) **10,000 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (10K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per il GLT Rally & Summit Experience
2) Volo in Business Class e alloggio per/da il Rally e per l'EMR (se qualificato)
3) Suite di lusso in hotel, ove possibile.
4) indennità di spesa, equivalente a $3.000 USD.
5) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(n) **12,500 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (12.5K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per il GLT Rally & Summit Experience
2) Volo in Business Class e alloggio per/da il Rally e per l'EMR (se qualificato)
3) Suite di lusso in hotel, ove possibile.
4) indennità di spesa, equivalente a $5.000 USD.
5) 2 Borse Esclusive di Louis Vuitton per coloro che si qualificano al livello 12.5K per la prima volta
6) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.

(o) **15,000 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (15K):
1) biglietto aereo, alloggio e pasti per il GLT Rally & Summit Experience
2) Volo in Business Class e alloggio per/da il Rally e per l'EMR (se qualificato)
3) Suite di lusso in hotel, ove possibile.
4) indennità di spesa, equivalente a $10.000 USD.
5) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.
6) Viaggio totalmente spesato dall'azienda per la partecipazione all'incentivo aziendale Level Up.

(p) **20,000 Case Credits Totali** (inclusi 50 Nuovi CC) (20K):

1) biglietto aereo, alloggio e pasti per il GLT Rally & Summit Experience
2) Volo in Business Class e alloggio per/da il Rally e per l'EMR (se qualificato)
3) Suite di lusso in hotel, ove possibile.
4) indennità di spesa, equivalente a $10.000 USD.
5) L'equivalente di $10.000 per lo sviluppo dell'attività.
6) accesso alla corsia VIP nell'area shopping del Rally.
7) Viaggio totalmente spesato dall'azienda per la partecipazione all'incentivo aziendale Level Up.

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).

(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 non possono rivendere i prodotti acquistati e non sono autorizzati ad acquistarli 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. Qualsiasi Case Credits accumulato prima di essere sponsorizzati non può essere utilizzato per avanzamenti di livello futuri o per qualificarsi agli incentivi.

(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) 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) 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 (a) 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.
Eventuali Case Credit generati prima della risponsorizzazione non potranno essere utilizzati per futuri avanzamenti di livello o qualifiche d'incentivi.

(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 sei (6) 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 Società Operativa, 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 origine 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 origine, 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'unica Società Operativa, 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 diverse Società Operative, diventa effettivo in tutti i Paesi il 15 del Mese successivo alla qualifica.

6) Una volta raggiunto lo stato di FBO Attivo nella Società Operativa di origine, 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 nella Società Operativa di origine 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 di gruppo (provenienti da down-line diverse rispetto a quella del Manager in qualifica) nella Società Operativa di origine o nella Società Operativa 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 una nuova Società Operativa di origine.

(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) È da considerarsi inappellabile la decisione del Comitato Esecutivo di rescindere il contratto con un FBO o di annullare, riallineare o adeguare lo Sconto Personale, i Bonus, i Case Credit, le provvigioni o qualsiasi altro tipo di incentivo dovuti se l'FBO partecipa ad attività, o commette omissioni, non conformi alle politiche aziendali o al Codice di Condotta Professionale. Saranno trattate con rigore le omissioni intenzionali e l'inosservanza delle politiche aziendali o del Codice di Condotta Professionale da parte di un FBO, e ne potranno conseguire azioni legali per danni e/o cessazione del contratto.

16.02 A titolo esemplificativo ma non esaustivo, i seguenti comportamenti descrivono attività proibite che costituiscono motivo di cessazione e presa di responsabilità per eventuali danni causati dai seguenti atti:
(a) Sponsorizzazione fraudolenta. Agli FBO è vietato la sponsorizzazione (anche detto "il reclutamento") di individui che non siano a conoscenza di aver sottoscritto una Scheda di Adesione e un contratto Forever Business Owner; è vietato inoltre il reclutamento fraudolento di individui come FBO; e il reclutamento o tentato reclutamento di individui inesistenti come FBO o clienti ("fantasmi") con il fine di qualificarsi per l'assegnazione di provvigioni o Bonus.

(b) Acquisto dei Bonus. È fatto divieto agli FBO di ordinare prodotti in misura eccedente rispetto a quanto necessario a soddisfare le esigenze immediate di vendita. Per procedere all'acquisto di ulteriore prodotto, il 75% dell'inventario di tale prodotto dovrà essere stato venduto, consumato o altrimenti utilizzato. È fatto divieto agli FBO di acquistare prodotti, o di incoraggiare altri individui ad acquistare prodotti, con il mero scopo di qualificarsi ai bonus, e di utilizzare qualsiasi altro meccanismo di acquisti strategici atto a massimizzare le provvigioni o i bonus se l'FBO viene meno al dovere di buona fede del compratore. Al fine di garantire che non vi sia alcun accumulo di inventario (correlato ad un potenziale Acquisto dei Bonus):

1) Quando un FBO ordina un prodotto che è stato oggetto di un ordine precedente, questo deve confermare e sottoscrivere all'Azienda che tale prodotto è stato già venduto o altrimenti utilizzato nella misura del 75%. Ogni FBO deve tenere registri accurati delle vendite mensili; questi potranno essere soggetti a ispezione da parte dell'Azienda previo ragionevole preavviso. Tali registri devono includere i resoconti che riportano l'inventario disponibile alla fine del mese.

2) L'Azienda sarà positivamente disposta ad applicare la politica di riacquisto prodotti alla cessazione di un'attività Forever, ma FLP non procederà al riacquisto, né emetterà rimborsi, su prodotti che risultano già consumati o venduti. Sarà motivo di risoluzione del contratto la falsa rappresentazione della quantità di prodotto venduto o consumato con il fine di avanzare nel piano di marketing.

3) Per evitare un FBO incoraggi altri FBO a eludere il divieto di accumulo di inventario, l'Azienda procederà ad addebitare alla upline dell'FBO cessato eventuali bonus già pagati sui prodotti restituiti da tale FBO cessato.

(c) Acquisto per procura. È fatto divieto agli FBO di acquistare prodotti a nome di altri.

(d) Vendita a un altro FBO. Oltre alle attività di vendita al dettaglio, a un FBO è vietato vendere prodotti a qualsiasi altro FBO, ad eccezione dei propri FBO personalmente sponsorizzati, e comunque non a un prezzo inferiore al prezzo scontato. Qualsiasi altra vendita a un altro FBO, diretta o indiretta che sia, costituisce una transazione vietata sia da parte di chi vende che di chi acquista. I Case Credit risultanti da tale vendita vietata non saranno conteggiati per determinare lo stato di Attivo o per la qualificazione a qualsiasi altro vantaggio all'interno del Piano Marketing. In caso di non conformità, verranno apportate le modifiche necessarie ai conteggi.

(e) Agli FBO è vietato intraprendere attività vietate ai punti 16.10, 18.02 e 19 come stabilito nel presente documento.

(f) È fatto divieto agli FBO di comparire, essere citato, o consentire che il nome o l'immagine dell'FBO siano presenti o che ne venga fatto riferimento in qualsiasi materiale promozionale, di sponsorizzazione o pubblicitario per un'altra società di vendita diretta / Multi-level marketing.

(g) Agli FBO sono vietate tutte le azioni o omissioni che dimostrino disprezzo intenzionale e grave negligenza nei confronti della Policy Aziendale o del Codice di Condotta Professionale.

(h) Vendita nei negozi.

1) Salvo quanto previsto nella presente sezione, è fatto divieto a un FBO di consentire che i prodotti della Società siano venduti o esposti in negozi al dettaglio, negozi in basi militari (PX), luoghi di baratto, mercatini delle pulci o eventi simili. Tuttavia, eventi con durata inferiore ai 7 giorni nell'arco temporale di 12 mesi, all'interno della stessa sede, sono considerati temporanei e sono pertanto consentiti previa autorizzazione aziendale scritta.

2) Un FBO che abbia un locale o negozio in cui si offre un servizio (barbiere, centro bellezza o centro benessere) è autorizzato a esporre e vendere i prodotti all'interno di tale ufficio, negozio o circolo. È tuttavia fatto divieto all'FBO di ricorrere a qualsiasi tipo di cartelloni/locandine esterni o espositori in vetrina per pubblicizzare la vendita di prodotti dell'Azienda.

3) È fatto divieto all'FBO di vendere o promuovere prodotti a marchio Forever in confezioni diverse da quella originale. All'interno di ristoranti è invece possibile promuovere e servire i prodotti al bicchiere o in porzioni.

(i) Uso di letteratura non autorizzata. È necessaria la previa approvazione scritta da parte dell'Azienda per utilizzare, produrre o vendere qualsiasi ausilio o materiale di vendita diversi da quelli forniti da FLP.

1) Agli FBO è fatto divieto di promuovere o vendere ausili alla vendita, materiali di formazione, siti web o App non forniti da FLP, fatto salvo se rivolti esclusiva-

mente agli FBO all'interno della propria downline. Tali materiali offerti in vendita alla propria downline devono comunque essere approvati da FLP e venduti a un prezzo ragionevole.

(j) Vendite online. Agli FBO è vietato effettuare transazioni per la vendita di prodotti a marchio Forever per mezzo di qualsiasi canale internet di vendita su Internet diverso da quello per la vendita al dettaglio fornito dall'Azienda su foreverliving.it o su un sito Web indipendente terzo approvato come definito nella Sezione 16 del presente documento.

(k) Vendite a terzi a scopo di rivendita. Agli FBO è fatto divieto di vendere prodotti FLP a chiunque con il fine di rivendere o delegare/affidare ad altri la vendita di prodotti FLP.

(l) Sponsorizzazione di un FBO verso un'altra società. Agli FBO è vietato svolgere le seguenti azioni, direttamente o indirettamente: contattare, sollecitare, persuadere, iscrivere, sponsorizzare o accettare, qualsiasi FBO, cliente FLP o chiunque sia stato un FBO o un Cliente negli ultimi dodici (12) mesi, o incoraggiare in qualsiasi modo tali persone a promuovere opportunità del piano marketing di qualsiasi società di vendita diretta diversa da FLP.

(m) È fatto divieto agli FBO di denigrare altri FBO, ovvero i prodotti e servizi di FLP, il Piano di Marketing e Compensi, o i dipendenti di FLP, sia tra FBO che con terzi. Eventuali domande, suggerimenti o commenti relativi a queste tematiche vanno indirizzati per iscritto esclusivamente agli uffici aziendali di FLP.

(n) Dichiarazioni/Asserzioni/Claim sui prodotti. Gli FBO non possono rilasciare alcuna dichiarazione, esplicita o implicita, che i prodotti Forever sono in grado di prevenire, diagnosticare, trattare o curare qualsivoglia malattia o patologia medica. I prodotti Forever destinati all'uso orale sono integratori nutrizionali e/o alimentari; come tali sono quindi regolamentati in tutto il mondo come alimenti. I prodotti Forever destinati all'uso sul corpo sono regolamentati in tutto il mondo come cosmetici. Forever non produce né distribuisce alcun prodotto che possa considerarsi o descriversi come medicinale, trattamento o cura.

(o) Dichiarazioni sui guadagni. Gli FBO non possono rilasciare alcuna dichiarazione falsa o ingannevole, esplicita o implicita, in merito all'importo o al livello di reddito che un potenziale FBO può aspettarsi di guadagnare. Tale dichiarazione include a titolo esemplificativo ma non esaustivo, anche rappresentazioni e/o immagini utilizzate per mostrare notevolmente miglioramento nello status di vita, riferimenti a lusso o sfarzo.

(p) Attività operativa per delega. Tutte le attività Forever, e qualsiasi downline risultante, create o gestite, intenzionalmente o inavvertitamente, per delega o da una persona delegata, sono vietate e dovranno essere regolate da parte del Comitato Esecutivo nel rispetto delle Politiche Aziendali e del Codice di Condotta Professionale.

(q) Esportazione del prodotto. Agli FBO è vietato esportare per uso commerciale prodotti in un paese in cui tali prodotti non siano registrati, o in cui le loro formulazioni o etichette non risultino conformi alla giurisdizione e alla legge del paese in cui l'FBO sta tentando di esportare tali prodotti.

(r) Agli FBO è vietato tentare in qualsiasi modo di indurre, costringere o persuadere qualsiasi altro FBO a terminare la propria posizione contrattuale, cessare la propria attività o ridurre la propria attività o il proprio volume d'affari per qualsivoglia motivo.

(s) Comportamenti impropri. Forever si riserva il diritto esclusivo di interrompere, senza preavviso, l'attività di distribuzione di un FBO, se questi dovesse assumere comportamenti che, a ragionevole giudizio di Forever:

1) siano contrari allo spirito di Forever;
2) non si addicano a un distributor o FBO di Forever;
3) siano o possano risultare dannosi per gli interessi di Forever;
4) screditino o possano ledere la reputazione di Forever.

In caso di risoluzione del contratto ai sensi della presente sezione (t), è fatto divieto all'FBO di fornire a terzi dichiarazioni denigratorie o che screditino Forever.

(t) Divieto di denigrazione. FLP desidera fornire ai propri FBO i migliori prodotti e servizi del settore. Pertanto, apprezziamo le vostre critiche e i vostri commenti costruttivi. Tutti i commenti devono essere inviati per iscritto all'indirizzo compliance@foreverliving.com. Sebbene FLP accolga con favore i contributi costruttivi, i commenti e le osservazioni negative da parte degli FBO su FLP, i suoi amministratori, dirigenti, dipendenti, i suoi prodotti o l'opportunità di guadagno offerta da FLP non hanno altro scopo che quello di smorzare l'entusiasmo degli altri FBO e clienti, attuali e potenziali. Per questo motivo, gli FBO non devono denigrare o screditare FLP, le Parti Correlate, gli altri FBO di FLP, i prodotti e i servizi di FLP, l'opportunità di guadagno offerta da FLP o gli amministratori, dirigenti o dipendenti di FLP.

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.

Se il coniuge di un incaricato terminato legalmente sposato desidera creare la propria attività Forever entro un anno dalla data di terminazione, dovrà farlo sponsorizzandosi direttamente sotto l'ex Sponsor dell'incaricato terminato. Tuttavia, se si unisce dopo un anno o più dalla terminazione, il coniuge può scegliere qualsiasi incaricato come proprio Sponsor.

(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 raggirare 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 Qualsiasi trasferimento di un'attività Forever, diverso da quello per eredità, senza previa approvazione dell'Azienda, è vietato e tale trasferimento sarà nullo. Ai fini di questa disposizione, un cambiamento del beneficiario di un'attività Forever detenuta sarà considerato un trasferimento, che richiede l'approvazione scritta dell'Azienda per essere valido.

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 raggiunto, 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.
La data effettiva di terminazione è quella in cui la sede centrale accetta la richiesta di terminazione. L'FBO che termina l'attività rinuncia al livello di vendita attuale ed a tutte le downline, incluse quelle nei paesi esteri, stabilite in quel momento.

(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.

(e) Se un Manager riconosciuto viene terminato, continuerà ad essere conteggiato per il suo precedente sponsor in upline per il raggiungimento del suo livello.

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.

(g) Se un Manager riconosciuto viene terminato, continuerà ad essere conteggiato per il suo precedente sponsor in upline per il raggiungimento del suo livello.

17.10 Politiche Internet.

(a) **Vendita di Prodotti Online.** Per mantenere l'integrità del marchio FLP, della linea di prodotti e del rapporto tra FBO e cliente, a un FBO sono offerte le seguenti opzioni per un sito web. Per prima cosa un FBO può acquistare un sito web approvato dall'Azienda, FLP360, per promuovere i prodotti online utilizzando un collegamento diretto al Webstore dell'Azienda all'indirizzo www.foreverliving.com. Gli ordini online saranno evasi direttamente dall'Azienda tramite questo sito. Questo collegamento è strutturato in modo che le pagine di FLP rimangano all'interno del sito dell'FBO, in modo che i visitatori non lascino praticamente mai il sito dell'FBO.

(b) Sponsorizzare un FBO online tramite un'applicazione di firma elettronica o un modulo online è vietato, salvo che attraverso l'applicazione diretta o il link al sito ufficiale dell'Azienda.

(c) Pubblicità Elettronica. I siti web indipendenti degli FBO approvati dall'Azienda, così come i banner pubblicitari o le inserzioni online che rispettano le linee guida pubblicitarie dell'Azienda e sono stati approvati, saranno consentiti. I banner pubblicitari o le inserzioni devono essere inviati all'Azienda per approvazione prima della pubblicazione online e devono collegare l'utente al sito dell'Azienda o a un sito web indipendente dell'FBO che è stato approvato. Tutta la pubblicità elettronica è soggetta alle Politiche Aziendali e al Codice di Condotta Professionale relativi alle linee guida pubblicitarie e promozionali.

(d) Restrizioni Aggiuntive sull'Uso di Internet. Un FBO non può includere nomi dell'Azienda o informazioni riservate (ad es. Forever Living Products, marchi o nomi commerciali Forever, nomi dei prodotti FLP) all'interno dell'URL del proprio sito internet, nei banner pubblicitari online, nelle inserzioni o negli annunci sui motori di ricerca (ad es. Google Ads) che possano confondere i visitatori sull'identità della fonte e/o creare la percezione che il visitatore stia visitando il sito ufficiale dell'Azienda. Deve essere indicato chiaramente di essere un Incaricato Forever indipendente. L'URL di visualizzazione o il dominio devono corrispondere alla personale pagina di destinazione.

18. REQUISITI LEGALI

18.01 Risoluzione delle Controversie/Deroga Contrattuale.

(a) 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.

b) Partecipare al programma di sponsorizzazione internazionale è un privilegio che offre a ciascun FBO la possibilità di beneficiare della rete internazionale di aziende di FLP. Il programma di sponsorizzazione internazionale è monitorato dalla sede centrale di FLP.

18.02 Trasferimenti Testamentari.

(a) La cessione del contratto è vietata, salvo in caso di decesso, separazione legale o divorzio.

(b) Tutti i titolari di una Scheda di Adesione Forever che includa due firmatari, indipendentemente dal momento della firma, devono essere considerati entrambi sottoscriventi 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 (FBO) 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.

(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) È consentita la successione a titolo particolare nel contratto di adesione Forever a condizione che l'erede o il legatario sia in possesso dei requisiti di legge. L'erede o il legatario dovrà sottoscrivere entro 6 mesi dall'apertura della successione una nuova scheda di adesione conservando il medesimo codice ID del de cuius e dichiarando di voler acquisire lo status di FBO. Fino alla sottoscrizione della scheda di adesione il codice ID sarà sospeso. In caso di mancata sottoscrizione della scheda di adesione entro 6 mesi dall'apertura della successione, il contratto si risolverà perdendo ogni efficacia.

2) In caso di erede o legatario minorenne, l'attività del de cuius potrà essere svolta dal genitore esercente la patria potestà, dal tutore o dal curatore in possesso dei requisiti di legge, previa autorizzazione del Giudice Tutelare, fino al raggiungimento della maggiore età del minore. Fino al pronunciamento del Giudice Tutelare il codice ID sarà sospeso. Entro 1 anno dal raggiungimento della maggiore età, l'erede o il legatario, in possesso dei requisiti di legge, dovrà sottoscrivere una nuova scheda di adesione, conservando il medesimo codice ID e dichiarando di voler acquisire lo status di FBO. In mancanza, il contratto si risolverà perdendo ogni efficacia.

18.03 Trasferimenti in caso di divorzio.

(a) In caso di separazione personale dei coniugi, scioglimento del matrimonio o cessazione degli effetti civili del matrimonio (sia mediante azione giudiziaria che mediante procedimento di negoziazione assistita), FLP continuerà ad erogare i pagamenti all'FBO secondo le medesime modalità concordate fino alla definizione della procedura giudiziale o conclusione della procedura di negoziazione assistita.

b) In esito a procedimenti di separazione personale dei coniugi, scioglimento del matrimonio o cessazione degli effetti civili del matrimonio (sia mediante azione giudiziaria che mediante procedimento di negoziazione assistita) il Business Forever potrà essere assegnato a uno dei due coniugi. Tuttavia, il Business Forever non può essere suddiviso, esso può essere trasferito ad uno solo dei coniugi che potrà mantenere la rete (downline) del Business Forever. L'altro coniuge non assegnatario potrà scegliere di avviare un proprio Business Forever allo stesso livello nel Piano Marketing, ma non superiore al livello di Manager. Il coniuge non assegnatario dovrà essere sponsorizzato dallo sponsor originale oppure dall'ex coniuge.

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.

(c) Gli FBO non possono utilizzare alcun materiale scritto, stampato, registrato o di altro tipo per pubblicizzare, promuovere o descrivere il prodotto o il programma di marketing FLP, o in qualsiasi altro modo, se non si tratta di materiale coperto da copyright e fornito da FLP. Tale materiale deve essere presentato a FLP e approvato per iscritto prima di essere divulgato, pubblicato o mostrato.

(d) Gli FBO non possono modificare alcun imballaggio, etichetta o istruzioni per l'uso dei prodotti FLP, né raccomandare che un prodotto venga utilizzato in modo diverso da quanto indicato nella documentazione dell'Azienda.

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) Gli accordi contenuti nella sezione "Informazioni Riservate" di queste politiche rimarranno validi. Gli accordi contenuti nella sezione "Ulteriori Clausole Restrittive" di queste politiche rimarranno in vigore durante la durata dell'Accordo per diventare Incaricato Forever già firmato tra FLP e l'FBO, e successivamente fino alla scadenza di un (1) anno dalla ricezione più recente di qualsiasi Informazione Riservata o dodici (12) mesi dopo la scadenza e la cessazione di tale Accordo per diventare Incaricato Forever.

21. RESPONSABILITÀ, GARANZIA, RESTITUZIONE DEL PRODOTTO E RESI

21.01 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.

21.02 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:

21.03 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.

21.04 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.

21.05 (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 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 Casaletto, 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.

21.06 Garanzia e Sostituizione 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

22. CODICE DI CONDOTTA PROFESSIONALE

22.01 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.

22.02 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.

22.03 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.

22.04 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 e i guadagni potenziali, e ciò sia di persona sia tramite i social media. Questo include affermazioni mediche false /ingannevoli o proiezioni di guadagni forvianti di qualsiasi genere.

22.05 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.

22.06 Professionisti Orgogliosi della Vendita Diretta
(a) Gli FBO hanno l'immagine e il comportamento di un orgoglioso venditore diretto e network marketer professionista.

22.07 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.

22.08 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.

22.09 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.

22.10 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.

22.11 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.

22.12 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.

22.13 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.

22.14 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.

22.15 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.

22.16 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.

22.17 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.

22.18 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.

22.19 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.

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. Il/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 princìpi 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 princìpi 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 73
2. RAPPORTI CON I CONSUMATORI..... 77
3. RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE, FRA GLI INCARICATI ALLE VENDITE E FRA LE AZIENDE 79

3.1 RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE 79

3.2 RAPPORTI FRA AZIENDE E FRA INCARICATI ALLE VENDITE 83

4. APPLICAZIONE DEL CODICE. 84
5. SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI 86

SEZIONE 1 – DISPOSIZIONI COMUNI

1.1 Scopo

Il Codice AVEDISCO regolamenta 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, intermedi 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 dei 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 addizionali, 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 divulghino opinioni (incluse testimonianze e recensioni) di Consumatori dovranno garantirne la effettiva provenienza da parte di individui che abbiamo 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, riferentesi 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 incombenti, 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, allorquando 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.

Se stai pensando di diventare promoter di Forever Living
e hai delle domande, contattami:

Martina Hahn, FLP dal 2002
Cellulare / WhatsApp: +39 340 7012181

www.team-one.it

FOREVER®

Forever Living Products Italy S.r.l.
Via del Casaletto, 305 - 00151 Roma
Tel. 06 88.69.81 - Fax 06 88.69.82.00

* 4 5 0 4 *

LUGLIO 2026