amare

Italia - Italiano

Politiche e Procedure di Amare - Europa

Indice

1. Introduzione **5**
1.1. Politiche e Piano di Compensi incorporati nell'Accordo di Nomina 5
1.2. Finalità dell'Accordo 5
1.3. Modifiche dell'Accordo di Nomina 5

2. Codice etico **6**
2.1. Obblighi della Società 6
2.2. Obblighi del Brand Partner Indipendente 6

3. Definizioni **7**

4. Diventare un Brand Partner Indipendente **9**
4.1. Requisiti per diventare un Brand Partner Indipendente 9
4.2. Registrazione di un nuovo Brand Partner Indipendente 9
4.3. Vantaggi per il Brand Partner Indipendente 9
4.4. Numeri identificativi 9
4.5. Durata dell'Accordo 10
4.6. Conformità alle leggi, normative e standard etici 10
4.7. Minori 10
4.8. Azioni di membri del nucleo familiare o di individui affiliati 10

5. Gestione dell'attività Amare **10**
5.1. Conformità al Piano di Compensi di Amare Global 10
5.2. Nessun compenso per il mero reclutamento 11
5.3. Nessun compenso garantito 11
5.4. Programmi speciali 11
5.5. Pubblicità in generale 11
5.6. Identificazione del Livello 11
5.7. Reputazione aziendale 11
5.8. Riunioni dei Brand Partner 12
5.9. Società/persone giuridiche 12
5.10. Proprietà effettiva dell'attività Amare Global 12
5.11. Sponsorizzazioni 12
5.12. Errori o domande 13
5.13. Natura del rapporto di Brand Partner 13
5.14. Copertura assicurativa per le attività aziendali 13
5.15. Copertura assicurativa per la responsabilità di prodotto 13

6. Pubblicità, materiale promozionale, utilizzo di nomi e marchi commerciali aziendali **14**
6.1. Proprietà Intellettuale di Amare Global 14
6.2. Utilizzo di nomi, marchi registrati e materiali aziendali protetti da copyright 14
6.3. Punti vendita 15
6.4. Pubblicità e materiali promozionali 15
6.5. Rinuncia al diritto di pubblicità 16
6.6. Media e richieste dei media 16
6.7. Spam e comunicazioni "di massa" indesiderate 16
6.8. Telemarketing 17
6.9. Fiere, esposizioni e altri forum di vendita 17
6.10. Restrizioni su Internet e sui siti web di terzi 18
6.11. Restrizioni sui social media 19
6.12. Altre disposizioni in materia di pubblicità 20
6.13. Divieto di riconfezionamento e rietichettatura 21

7. Modifiche dell'attività del Brand Partner 21
7.1. Modifica delle informazioni dell'Accordo di Nomina 21
7.2. Posizionamento 21
7.3. Modifica dello Sponsor 21
7.4. Modifica del Reclutatore di un Brand Partner 22
7.5. Modifica dell'Organizzazione 22
7.6. Vendita, cessione o delega di proprietà 22
7.7. Divorzio di un Brand Partner 23
7.8. Successione 23
7.9. Sopravvenuta incapacità di un Brand Partner 24

8. Dichiarazioni e azioni non autorizzate 24
8.1. Indennizzi 24
8.2. Dichiarazioni sui prodotti 24
8.3. Dichiarazioni relative ai Compensi 25
8.4. Divieto di politiche di prezzo predatorie 26

9. Conflitto di interesse 26
9.1. Non sollecitazione 26
9.2. Prodotti e opportunità concorrenti 26
9.3. Reclutamento incrociato 26
9.4. Divieto di sponsorizzazione non etica 27

10. Marketing internazionale 27

11. Responsabilità del Brand Partner 28
11.1. Modifica delle informazioni di contatto 28
11.2. Formazione continua 28
11.3. Responsabilità 28
11.4. Atti denigratori 28
11.5. Segnalazione di violazioni delle politiche 29

12. Vendite 29
12.1. Vendite di prodotti 29
12.2. Ricevute di vendita 29

13. Bonus e provvigioni 29
13.1. Qualifiche ai bonus e provvigioni 29
13.2. Calcolo delle provvigioni e discrepanze 29
13.3. Inclusione in un Periodo di Bonus 29
13.4. Riscatto di Crediti Amare 30
13.5. Reportistica sull'attività della Downline 30

14. Garanzie di prodotto, resi e riacquisto di inventario 30
14.1. CLIENTI - Politica di recesso, Garanzia Soddisfatti o Rimborsati e Politica di reso 30
14.2. BRAND PARTNER - Recesso e processo di riacquisto 31
14.3. Processo di reso 31
14.4. Reso di prodotti danneggiati o spediti erroneamente 32
14.5. Adeguamenti delle provvigioni conseguenti a resi di prodotti ai sensi delle politiche di recesso, riacquisto o reso dei Clienti 32

15. Politica della privacy 33
15.1. Introduzione 33
15.2. Aspettativa di Privacy 33
15.3. Accesso alle informazioni da parte del personale 33
15.4. Limitazioni alla divulgazione delle informazioni di un Account 33
15.5. Obblighi di protezione della privacy da parte del Brand Partner 33

16. Informazioni proprietarie e segreti commerciali **34**
16.1. Reportistica aziendale, elenchi e informazioni proprietarie 34
16.2. Obbligo di riservatezza 34
16.3. Violazione e rimedi 34
16.4. Restituzione o distruzione di Report 34

17. Risoluzione delle controversie e procedimenti disciplinari **34**
17.1. Iniziative 34
17.2. Rimostranze e reclami 35
17.3. Comitato per la risoluzione delle controversie 35
17.4. Legge applicabile e giurisdizione 36

18. Prodotti e servizi aziendali **36**
18.1. Divieto di acquisto di prodotti 36
18.2. Requisiti di vendita disciplinati dal Piano di Compensi 36

19. Ordini **36**
19.1. Politiche generali in materia di ordini 36
19.2. Acquisto di bonus 36
19.3. Restrizioni all'utilizzo delle carte di credito e del conto corrente di terzi 36
19.4. Acquisto di Prodotti Amare 37
19.5. Politica di spedizione e ordini arretrati 37
19.6. Conferma dell'ordine 37

20. Pagamento e spedizione **37**
20.1. Fondi insufficienti 37
20.2. Pacchi restituiti al mittente 37

21. Inattività e cancellazione **37**
21.1. Effetti della cancellazione 37
21.2. Cancellazione involontaria 38
21.3. Cancellazione volontaria 38
21.4. Riclassificazione 38
21.5. Spostamento dell'Organizzazione 39

22. Successori e aventi causa **39**

23. Diritto di modifica **39**

24. Diritto di cancellazione da parte di Amare **39**

25. Varie ed eventuali **39**
25.1. Ritardi 39
25.2. Separabilità delle politiche e disposizioni 39
25.3. Rinuncia 40
25.4. Data di validità 40

1. Introduzione

Le Politiche e Procedure di Amare disciplinano i diritti e gli obblighi dell'Incaricato alle Vendite Indipendente di Amare Global. In caso di domande riguardo a qualsiasi politica o norma, l'Incaricato alle Vendite Indipendente è incoraggiato a consultarsi con il proprio Sponsor o con qualsiasi altro Incaricato alle Vendite Indipendente della propria Upline. Per ulteriori chiarimenti, l'Incaricato alle Vendite Indipendente può contattare il team di Compliance di Amare Global all'indirizzo: compliance.eur@amare.com.

1.1. Politiche e Piano di Compensi incorporati nell'Accordo di Nomina

a. Le presenti Politiche e Procedure di Amare Global sono incorporate e fanno parte dei Termini e Condizioni dell'Accordo di Nomina ("Termini e Condizioni"). Le presenti Politiche e Procedure, i Termini e Condizioni e il Piano di Compensi di Amare Global costituiscono l'intero accordo ("Accordo") tra Amare Global Italy S.R.L, con sede legale in (20145) Milano (MI) - Corso Vercelli 40, le sue affiliate o controllate operanti in Europa ("Amare" oppure "Amare Global" oppure la "Società") e l'Incaricato alle Vendite Indipendente ("Brand Partner", "Brand Partner Indipendente" oppure "Brand Partner di Amare"). L'Accordo o qualunque parte dello stesso potranno essere modificati dalla Società in conformità alle disposizioni qui stabilite.

b. Ove non espressamente incorporate nell'Accordo, le presenti Politiche e Procedure riflettono comunque la posizione ufficiale di Amare rispetto ai termini dello stesso e qualsiasi violazione delle presenti Politiche e Procedure potrà costituire una violazione dell'Accordo di Nomina, il quale sarà quindi soggetto alle disposizioni disciplinari ivi previste nonché alle disposizioni riguardanti la risoluzione dell'Accordo. Nel presente documento, quando utilizzato, il termine "Accordo" si riferisce collettivamente agli obblighi reciproci tra Amare e il Brand Partner Indipendente, come evidenziato nei Termini e Condizioni, nelle presenti Politiche e Procedure e nel Piano di Compensi di Amare Global.

c. È responsabilità del Brand Partner comprendere e conformarsi alla versione più aggiornata delle presenti Politiche e Procedure. Nella sponsorizzazione di un nuovo Brand Partner, è auspicabile che il Brand Partner aiuti il nuovo Brand Partner a comprendere questo obbligo continuativo.

1.2. Finalità dell'Accordo

a. Amare commercializza integratori alimentari, promuovendone la vendita attraverso Incaricati alle Vendite Indipendenti. Amare investe risorse nel fornire materiali promozionali, per sviluppare e proteggere il valore del marchio dell'Azienda e per sviluppare il sistema dei compensi ai Brand Partner. Tuttavia, il successo dell'Azienda e quello dei Brand Partner dipendono, in ultima analisi, anche dalla condotta dei singoli individui/Brand Partner, che promuovono la vendita dei prodotti ai consumatori finali. I Brand Partner Amare, come detto, sono indipendenti, dispongono quindi di autonomia decisionale circa l'organizzazione e lo svolgimento della propria attività, determinandone gli orari ed i metodi a propria discrezione. Amare si riserva comunque il diritto di proteggere la propria immagine, i marchi, i prodotti ed il proprio modello aziendale e commerciale, fissando – tra le altre- le modalità e le condizioni generali di vendita applicabili ai Brand Partner; le Politiche e Procedure sono state realizzate ed adottate da Amare proprio a tale scopo. Lo ripetiamo, è necessario che Lei si attenga, oltre che a quanto stabilito nel Contratto da Lei sottoscritto, anche alle Linee Guida.

b. Per eventuali domande riguardo a qualsiasi politica o norma, invitiamo a contattare il team di Compliance di Amare Global all'indirizzo: compliance.eur@amare.com.

1.3. Modifiche dell'Accordo di Nomina

Amare si riserva il diritto di modificare in qualsiasi momento l'Accordo di Nomina, a propria esclusiva e assoluta discrezione. Con la firma dell'Accordo di Nomina, il Brand Partner si impegna a rispettare tutte le variazioni o modifiche eventualmente apportate di volta in volta da Amare. Le modifiche entreranno in vigore al momento della pubblicazione dell'avviso di tali modifiche nei materiali ufficiali di Amare o nel Back Office. La Società renderà disponibile a tutti i Brand Partner una copia completa delle disposizioni modificate mediante una o più delle seguenti modalità: (1) pubblicazione sul sito web ufficiale della Società; (2) posta elettronica (e-mail); (3) inserimento nelle comunicazioni periodiche aziendali; (4) inserimento negli ordini di prodotti o nei pagamenti dei bonus; (5) qualsiasi evento formativo o promozionale aziendale; o (6) invii speciali. Il proseguimento dell'attività Amare da parte del Brand Partner o la sua accettazione di bonus o provvigioni costituirà accettazione di ogni e qualsiasi modifica.

2. Codice etico

a. Amare Global si aspetta ed esige che sia i Brand Partner che la Società svolgano le loro attività in conformità agli standard etici di comportamento e rispetto più elevati nei confronti di tutti coloro con cui operano. Il Brand Partner Indipendente dovrà mantenere un comportamento etico ogniqualvolta rappresenti Amare e i suoi prodotti.
b. Amare è membro a pieno titolo di SELDIA e AVEDISCO e agisce nel rispetto del Codice del consumo e del Codice di comportamento professionale. Richiede inoltre al Brand Partner Indipendente di comprendere e rispettare pienamente tali Codici, consultabili su: https://seldia.eu/ e su

2.1. Obblighi della Società

La Società garantisce al Brand Partner Indipendente di essere impegnata ad operare in conformità alle norme commerciali generali nonché a quelle specifiche per il settore del Network Marketing. Il sentimento di fiducia reciproca tra il Brand Partner Indipendente e la Società impone alla stessa l'importante obbligo di tutelare questo rapporto come interesse primario, garantendo equità e giustizia per tutte le parti coinvolte.

a. La Società:
   1. Svolge le proprie attività in modo etico e professionale;
   2. Evade gli ordini in modo efficiente e garantisce la spedizione tempestiva dei prodotti;
   3. Fornisce al Brand Partner Indipendente tutti i dati organizzativi e di volume necessari per monitorare la sua attività commerciale;
   4. Corrisponde al Brand Partner Indipendente i compensi in linea con il Piano di Compensi stabilito;
   5. Rispetta tutte le norme relative alla vendita e alla distribuzione dei prodotti e al compenso dei partecipanti;
   6. Attua le proprie politiche in modo imparziale, garantendo equità e giustizia a tutela degli interessi di tutti i Brand Partner Indipendenti;
   7. Fornisce un'assicurazione contro la responsabilità civile per i propri prodotti quando utilizzati come indicato in etichetta e promossi in linea con la strategia di marketing approvata.

b. Per contro, la Società:
   1. Non garantisce il successo dell'attività;
   2. Non stabilisce provvigioni/bonus a fronte del mero reclutamento di nuovi Brand Partner;
   3. Non consente al Brand Partner Indipendente di esercitare pressioni su potenziali clienti o membri della Downline per indurli all'acquisto di merce in eccesso;
   4. Non tollera alcuna forma di dichiarazione non autorizzata o fuorviante riguardo ai prodotti;
   5. Non consente al Brand Partner Indipendente di accumulare merce in eccesso al fine di ottenere provvigioni/bonus;
   6. Non risolve l'Accordo di Nomina di un Brand Partner Indipendente senza seguire la procedura in vigore.

2.2. Obblighi del Brand Partner Indipendente

a. Il Brand Partner Indipendente:
   1. Svolge la propria attività in modo etico e professionale;
   2. Spiega chiaramente che il raggiungimento del successo nell'ambito del Piano di Compensi della Società si basa sulla vendita di prodotti e non sul reclutamento;
   3. Illustra in modo accurato l'opportunità offerta dal Piano di Compensi e la Politica di reso come stabilito dalla Società;
   4. Si attiene alle norme e agli standard pertinenti di tutela dei consumatori;
   5. Fornisce formazione, incoraggiamento e assistenza concreti ai Brand Partner Indipendenti all'interno della sua Organizzazione.

b. Per contro, il Brand Partner Indipendente:
   1. Non persuade alcuna persona ad effettuare un pagamento promettendo dei vantaggi legati all'ingresso di altri individui nella Società;
   2. Non svolge la propria attività utilizzando pratiche fuorvianti, illecite o non etiche (compresi il reclutamento incrociato e l'acquisto di bonus);
   3. Non adotta pratiche aggressive nelle proprie attività di vendita o reclutamento;

4. Non rilascia affermazioni, dichiarazioni o promesse false riguardo all'opportunità o ai prodotti della Società né si lascia persuadere da affermazioni secondo cui è possibile ottenere facilmente ingenti guadagni;
5. Non sponsorizza né iscrive persone minorenni o incapaci di compiere scelte consapevoli;
6. Non opera in paesi non ufficialmente aperti per le attività della Società;
7. Non rilascia dichiarazioni denigratorie né esprime commenti negativi sulla Società, i suoi Brand Partner Indipendenti, i suoi prodotti, il suo Piano di Compensi o la sua dirigenza, staff e dipendenti;
8. Non tenta di eludere in alcun modo le politiche della Società.

3. Definizioni

Attivo: Il Brand Partner Indipendente che genera 100 PV di volume personale da ordini personali per uso personale e/o ordini di Clienti durante il mese di calendario corrente o precedente.

Cliente attivo: Un Cliente che ha acquistato dei prodotti di Amare Global nel corso degli ultimi dodici mesi.

Brand Partner: Colui che si iscrive come partecipante all'opportunità di Amare Global in qualità di Incaricato alle Vendite Indipendente ai sensi dell'Accordo e che è autorizzato ad acquistare prodotti per consumo e uso personale, a raccogliere ordini di acquisto presso Clienti e che partecipa all'opportunità del Piano di Compensi di Amare.

Cancellazione: La risoluzione della posizione di un Brand Partner. La cancellazione potrà essere volontaria o involontaria, ovvero dovuta al mancato rinnovo.

Periodo provvigionale: Il periodo di tempo utilizzato per il calcolo delle provvigioni, sia mensilmente che annualmente: 1) Periodo provvigionale settimanale: un periodo che ha inizio il lunedì alle h. 00.00 e che termina la domenica alle h. 23.59.59 CET, tenuto conto dell'ora legale, e che viene pagato entro il venerdì successivo alla fine del periodo. La scadenza per le provvigioni settimanali potrebbe variare di un'ora nelle zone in cui non vige l'ora legale. 2) Periodo provvigionale mensile: un periodo definito per mese di calendario che ha inizio alle h. 00.00 del primo (1) giorno e che termina l'ultimo giorno del mese alle h. 23.59.59 CET, tenuto conto dell'ora legale, e che viene pagato entro il giorno 15 del mese di calendario successivo. La scadenza per le provvigioni mensili potrebbe variare di un'ora nelle zone in cui non vige l'ora legale. L'eventuale modifica di orario sarà notificata nel Back Office del Brand Partner Indipendente e nei comunicati aziendali.

Commissionable Volume (CV): Il volume delle vendite a fronte di cui al Brand Partner sono corrisposte le provvigioni. Ciascun prodotto ha un valore CV che non è sempre pari all'importo in Euro speso.

Piano di Compensi: Le linee guida e la documentazione di riferimento che descrivono il modo in cui i Brand Partner possono generare provvigioni e bonus.

Cliente: Colui che acquista i prodotti di Amare Global per uso personale, sia occasionalmente che con cadenza regolare, e che non è iscritto come Brand Partner. Al Cliente non è consentito costruire un'Organizzazione e non partecipa al Piano di Compensi. Gli ordini del Cliente sono processati in linea con il Listino Prezzi Brand Partner ed evasi direttamente da Amare. Tutte le vendite al Cliente, compresi gli ordini automatici Subscribe and Save, contribuiscono al PV del Brand Partner Indipendente tramite cui sono stati effettuati gli ordini. Il Cliente non è autorizzato a rivendere i prodotti.

Distribuzione: L'attività indipendente Amare Global gestita dal Brand Partner che consente allo stesso di promuovere la vendita dei prodotti di Amare Global ai consumatori finali e servizi ai propri Clienti nonché di costruire un'Organizzazione e partecipare a promozioni e programmi specifici per i Brand Partner.

Membro del nucleo familiare: Per le finalità delle presenti Politiche e Procedure, per Membro del nucleo familiare si intende il padre, la madre, il fratello, la sorella, il nonno, la nonna, le zie, gli zii, i cugini di primo grado, i figli e i nipoti del Brand Partner (sia fratelli che fratellastri). La definizione include altresì le persone a carico, i conviventi, le unioni civili o coloro che, secondo la Società, hanno un rapporto di convivenza o dipendono l'uno dall'altro per il reciproco sostegno economico. La definizione si applica anche a qualsiasi entità commerciale in cui un Membro del nucleo familiare detenga una partecipazione di controllo.

Frontline: I Clienti o Brand Partner sono considerati Frontline se posizionati direttamente al di sotto del loro Reclutatore al Livello 1 della Downline di quel Reclutatore.

Conviventi: Coniugi o altre persone rilevanti e persone a carico residenti al medesimo indirizzo.

Numero identificativo (ID): Un numero univoco assegnato al Brand Partner Indipendente allo scopo di monitorare le vendite e gli acquisti e di sponsorizzare nuovi Brand Partner Indipendenti nell'Organizzazione. Nel caso dei Clienti, il numero identificativo tiene traccia degli acquisti effettuati per uso personale. Sia i Brand Partner Indipendenti sia i Clienti sono tenuti a utilizzare questo numero identificativo in tutte le comunicazioni e transazioni con la Società.

Gamba: Una linea di sponsorizzazione che inizia con un Brand Partner Indipendente, attraverso la sua Frontline, e prosegue verso un numero infinito di livelli.

Livello: I livelli dei Brand Partner all'interno di un'Organizzazione. I Brand Partner sponsorizzati personalmente sono posizionati al Livello 1 (ossia, nella Frontline). I Brand Partner sponsorizzati personalmente dai Brand Partner del Livello 1 sono posizionati al Livello 2. I Brand Partner sponsorizzati personalmente dai Brand Partner del Livello 2 sono posizionati al Livello 3 e così via.

Linea di sponsorizzazione (LOS): Un report generato da Amare Global che fornisce dati utili relativi alle identità dei Brand Partner e informazioni sulle vendite e sulle attività di sponsorizzazione dell'Organizzazione del Brand Partner. Questo report contiene informazioni riservate e segreti commerciali che sono di proprietà di Amare Global.

Materiale ufficiale di Amare Global: Documentazione, audio o video in qualsiasi formato e altri materiali stampati, digitali o online sviluppati, stampati, pubblicati e distribuiti da Amare Global.

Organizzazione: I Clienti e Brand Partner che sono iscritti al di sotto di un Brand Partner, compresi quelli che sono sponsorizzati direttamente o indirettamente dal Brand Partner Indipendente e che proseguono lungo le linee di sponsorizzazione attraverso un numero infinito di livelli e di gambe.

Livello di Compensi: Il livello di compensi effettivamente raggiunto dal Brand Partner Indipendente nell'ambito del Piano di Compensi di Amare durante uno specifico periodo provvigionale. Questo livello può corrispondere o meno al Livello di Riconoscimento del Brand Partner Indipendente.

Posizionamento: La posizione del Brand Partner nell'ambito dell'Organizzazione del suo Sponsor.

Qualificato/Idoneo: Quando il Brand Partner Indipendente raggiunge il volume di vendite settimanali o mensili e l'attività organizzativa necessari per generare provvigioni/bonus.

Sito web replicato: Un sito web messo a disposizione del Brand Partner, finalizzato alla presentazione di altre persone in qualità di Clienti o potenziali Brand Partner Amare e all'acquisto di prodotti Amare al "prezzo Brand Partner" per uso personale.

Programma Subscribe and Save: Un ordine facoltativo predeterminato evaso in modo automatico, su base periodica, utilizzando il metodo di pagamento pre-approvato registrato presso la Società. L'adesione al programma Subscribe and Save non è richiesta ai fini della partecipazione al Piano di Compensi di Amare. Il programma Subscribe and Save è soggetto a specifici Termini e Condizioni per specifici mercati.

Sponsor: Un Brand Partner che iscrive un Cliente o un altro Brand Partner ad Amare Global e che è indicato come Sponsor nell'Accordo di Nomina. L'atto di iscrivere e formare altre persone come Brand Partner è definito "sponsorizzazione". Un altro termine per lo Sponsor è Reclutatore (si veda la sezione 5.11 "Sponsorizzazione").

Upline: Gli Sponsor che sono posizionati al di sopra di uno specifico Brand Partner e che sono collegati alla Società. Si tratta di coloro che, sulle base delle vendite che rispettano i requisiti di qualifica, accumulano provvigioni sulle attività di vendita di quello specifico Brand Partner Indipendente. La Upline offre spesso supporto, formazione e assistenza ai membri della propria Downline per aiutarli ad avere successo nelle loro vendite e attività commerciali. La Upline si basa sulla Sponsorizzazione o sul Posizionamento.

4. Diventare un Brand Partner indipendente

4.1. Requisiti per diventare un Brand Partner Indipendente

a. Per diventare un Brand Partner Indipendente di Amare, è necessario:
   1. ssere maggiorenne alla data della Domanda di Nomina e/o soddisfare tutti gli altri requisiti di legge per la stipula di un contratto;
   2. Fornire informazioni veritiere e corrette riguardo alla propria identità, luogo di residenza, recapito telefonico e indirizzo di posta elettronica ovvero ogni altra informazione eventualmente richiesta dalla Società;
   3. Essere residente o disporre di un indirizzo valido nel paese in cui il Brand Partner di Amare desidera presentare la Domanda di Nomina;
   4. Inoltrare la Domanda di Nomina e l'Accordo di Nomina debitamente compilati ovvero fornire informazioni complete e ogni altra documentazione di supporto richiesta in modo tempestivo;
   5. Pagare il Kit Avvio attività. Il Kit Avvio attività contiene tutto il necessario per avviare un'attività Amare: 1 anno di accesso al proprio Back Office Amare, un sito web replicato e il diritto di acquistare i prodotti per uso personal al "prezzo Brand Partner";
   6. Fornire un numero identificativo univoco ai fini fiscali o commerciali rilasciato dal paese in cui il Brand Partner presenta la Domanda di Nomina ad Amare;
   7. Non essere un dipendente di Amare Global, il coniuge di un dipendente di Amare Global, avere un legame di parentela con un dipendente di Amare Global, essere membro dello stesso nucleo familiare di un dipendente di Amare Global, salvo nel caso in cui sia stata preventivamente accordata l'autorizzazione da parte dei team di Risorse Umane e di Compliance di Amare.

4.2. Registrazione di un nuovo Brand Partner Indipendente

a. I Nuovi Brand Partner possono sottoporre la propria Domanda di Nomina esclusivamente online sul sito web ufficiale di Amare o sul sito web Amare personalizzato intestato allo Sponsor.
b. I documenti firmati, tra cui, ma non limitatamente a, l'Accordo di Nomina, costituiscono dei contratti legalmente vincolanti che non devono essere alterati, manomessi o modificati in alcun modo dopo la firma. Informazioni false o fuorvianti, firme contraffatte o alterazioni di qualsiasi documento, compresi i moduli aziendali di registrazione, apportate dopo la firma di un documento potrebbero determinare delle sanzioni, tra cui la risoluzione involontaria della distribuzione del Brand Partner.
c. Amare Global si riserva il diritto di approvare o rifiutare qualunque Domanda di Nomina o registrazione firmati online.
d. Eventuali Domande di Nomina incomplete, errate o fraudolente saranno considerate non valide sin dall'inizio.

4.3. Vantaggi per il Brand Partner Indipendente

Una volta che la Domanda di Nomina sia stata accettata da Amare, il Brand Partner ha diritto a partecipare al Piano Compensi di Amare. Nel rispetto delle leggi applicabili e della politica aziendale, l'applicazione del Piano Compensi al Brand Partner consente la possibilità, per quest'ultimo, di:

1. ricevere le commissioni ed i bonus in base al Piano Compensi, secondo i termini ed alle condizioni previste da tale Piano;
2. partecipare a promozioni e programmi di incentivi come di volta in volta comunicato da Amare;
3. presentare altre persone in qualità di Clienti o potenziali Brand Partner di Amare;
4. ricevere materiale promozionale e dimostrativo, nonché altre comunicazioni periodiche di Amare;
5. partecipare agli eventi organizzati da Amare, anche formativi, previo pagamento delle relative quote di partecipazione, se previste;
6. acquistare prodotti Amare al "prezzo Brand Partner", per consumo personale.

4.4. Numeri identificativi

a. La Società potrebbe richiedere al richiedente un numero di codice fiscale personale ai fini degli adempimenti fiscali. Ai sensi del proprio diritto contrattuale, la Società rifiuta di attribuire una posizione di Brand Partner Indipendente a chiunque non sia in possesso o non voglia fornire un numero di codice fiscale nella Domanda di Nomina. Spetta esclusivamente al richiedente/Brand Partner garantire che il proprio codice fiscale sia valido.
b. Amare Global si riserva il diritto di rifiutare una Domanda di Nomina ovvero di risolvere con effetto immediato un accordo esistente laddove determini che il codice fiscale fornito in fase di registrazione è errato o non valido.

c. Amare Global si riserva altresì il diritto di trattenere eventuali pagamenti di provvigioni di qualunque Brand Partner che abbia omesso di fornire il proprio codice fiscale o che abbia fornito informazioni false. Nel caso in cui sia un individuo straniero con permesso di soggiorno, il Brand Partner dovrà presentare ad Amare Global un documento attestante un codice fiscale valido rilasciato dalle autorità ufficiali.
d. In fase di registrazione, Amare Global fornirà al Brand Partner un Numero Identificativo Amare Global. Questo numero identificativo dovrà essere utilizzato per effettuare ordini, costruire organizzazioni e tenere traccia delle provvigioni e bonus. Ai Clienti sarà attribuito un numero identificativo separato e distinguibile da utilizzare per gli ordini di prodotti. I numeri identificativi del Brand Partner e del Cliente dovranno essere citati in tutte le comunicazioni con la Società.

4.5. Durata dell'Accordo

La durata della Nomina a Brand Partner –pari ad 1 (un) anno- inizia a decorrere dalla data di accettazione da parte di Amare della relativa richiesta di Nomina e continua fino alla eventuale cessazione per iniziativa di Amare o del Brand Partner secondo quanto previsto dal Contratto.

Il Suo incarico sarà rinnovato per 1 (un) ulteriore anno, e così a seguire, a condizione che, alla scadenza del temine annuale Lei continui ad essere in possesso dei necessari requisiti di legge e Lei faccia pervenire a Amare i documenti previsti dal Contratto.

4.6. Conformità alle leggi, normative e standard etici

a. Molti paesi hanno adottato delle leggi che disciplinano alcune attività svolte da casa. Nella maggior parte dei casi si tratta di leggi che non sono applicabili al Brand Partner data la natura della sua attività. Tuttavia, il Brand Partner dovrà conformarsi a tutte le leggi che sono a lui applicabili. Nel caso in cui un funzionario o un'agenzia governativa comunichi che al Brand Partner si applica una normativa, il Brand Partner dovrà rispondere in modo educato e collaborativo; se opportuno, il Brand Partner dovrà inviare copia di tale normativa al team di Compliance di Amare.
b. Il Brand Partner dovrà conformarsi al Codice di comportamento AVEDISCO in tutti i suoi rapporti con i consumatori; copia del Codice di comportamento è disponibile al seguente indirizzo: www.avedisco.it/avedisco/media/Avedisco/Documenti/AVEDISCO-codice-di-comportamento.pdf.

4.7. Minori

Nessuna persona considerata minorenne nel proprio Stato o Paese di residenza sarà idonea a diventare un Brand Partner di Amare. Il Brand Partner non potrà sponsorizzare o iscrivere persone minorenni nel programma di Amare.

4.8. Azioni di membri del nucleo familiare o di individui affiliati

a. Nel caso in cui un membro del nucleo familiare del Brand Partner sia coinvolto in qualsiasi attività che, se svolta dal Brand Partner, sarebbe in violazione di qualsiasi disposizione dell'Accordo, tale attività sarà considerata come una violazione da parte del Brand Partner e Amare avrà il diritto di adottare delle azioni disciplinari nei confronti di tale Brand Partner. Analogamente, nel caso in cui qualsiasi individuo associato in qualunque modo a una società, partnership, fondo o altra entità (collettivamente "Entità Commerciale") violi l'Accordo (ove applicabile), tale azione (o azioni) sarà considerata come una violazione da parte dell'Entità Commerciale e Amare avrà il diritto di adottare delle azioni disciplinari nei confronti di tale Entità Commerciale.

5. Gestione dell'attività Amare

5.1. Conformità al Piano di Compensi di Amare Global

a. Il Brand Partner dovrà conformarsi ai termini del Piano di Compensi di Amare Global. Non sarà consentito alcuno scostamento dal Piano di Compensi.
b. Il Brand Partner non potrà proporre l'opportunità di Amare attraverso, o in combinazione con, qualsiasi altro sistema, programma o metodo di marketing diverso da quello espressamente stabilito nella documentazione ufficiale di Amare né in alcun modo potrà astenersi dall'utilizzo esclusivo dei moduli ufficiali di Amare. Il Brand Partner non potrà esigere né incoraggiare la partecipazione ad Amare in alcun modo che si discosti dal programma stabilito nella documentazione ufficiale di Amare. Analogamente, il Brand Partner non potrà esigere né incoraggiare altri a effettuare acquisti da, o

pagamenti a, qualsiasi individuo o altra entità (ove applicabile) ai fini della partecipazione al Piano di Compensi di Amare Global diversi dagli acquisti o pagamenti identificati come raccomandati o richiesti nella documentazione ufficiale di Amare.

c. Il Brand Partner non potrà esigere né incoraggiare un Cliente o Brand Partner esistente o potenziale a effettuare un acquisto o un pagamento a qualsiasi individuo o altra entità (ove applicabile) ai fini della partecipazione al Piano di Compensi di Amare Global diverso dagli acquisti o pagamenti richiesti per sviluppare naturalmente la propria attività.

5.2. Nessun compenso per il mero reclutamento

Il Piano di Compensi di Amare Global è concepito per premiare la vendita di prodotti esclusivamente ai consumatori finali. Il Brand Partner non riceve alcun corrispettivo per la registrazione o sponsorizzazione di altri Brand Partner.

5.3. Nessun compenso garantito

I compensi accumulati variano in modo significativo tra i diversi Brand Partner. Il successo di un Brand Partner è determinato da diversi fattori che potrebbero non essere uniformi né replicabili. Il successo si basa esclusivamente sugli sforzi intrapresi da ciascun Brand Partner. L'accumulo di entrate ingenti richiede tempo, sforzo e impegno. Il successo finanziario e il raggiungimento di un livello di compensi non sono garantiti. Molti Brand Partner potrebbero non riuscire mai a qualificarsi per il ricevimento di bonus.

5.4. Programmi speciali

a. Programmi speciali e promozioni: Amare Global potrà promuovere od offrire bonus e/o promozioni speciali ai Clienti e Brand Partner. Queste promozioni potranno variare e i relativi dettagli saranno resi disponibili insieme a ciascuna promozione. I Clienti e Brand Partner partecipano automaticamente ad ogni promozione e accettano i termini e le condizioni di ciascuna di esse.

b. Manipolazione di programmi speciali: Nel caso in cui il Brand Partner si impegni in qualsiasi attività atta a manipolare un Programma Speciale in modo tale da determinare un indebito vantaggio ovvero danni significativi per Amare Global, tale attività sarà considerata come una violazione ad opera del Brand Partner e Amare Global avrà il diritto di adottare delle azioni disciplinari nei suoi confronti ai sensi del presente Manuale delle Politiche.

5.5. Pubblicità in generale

a. Tutti i Brand Partner sono tenuti a tutelare e promuovere la buona reputazione di Amare e dei suoi prodotti. La commercializzazione e la promozione di Amare, dell'opportunità di Amare, del Piano di Compensi di Amare Global e dei prodotti di Amare dovranno essere coerenti con il pubblico interesse.

b. Il Brand Partner dovrà astenersi da qualsiasi condotta o pratica ingannevole, fuorviante, aggressiva, ingiusta, non etica, immorale, scortese o inappropriata. Il Brand Partner non dovrà rivolgersi a soggetti vulnerabili, compresi i neogenitori nelle prime 8 settimane di vita del bambino oppure i familiari di una persona deceduta di recente.

5.6. Identificazione del Livello

a. Amare Global potrebbe occasionalmente tributare un riconoscimento ai Brand Partner in base a specifici criteri e requisiti. Il riconoscimento potrà avvenire in eventi selezionati, convegni, pubblicazioni e riviste. In linea generale, il Livello di Riconoscimento, secondo quanto definito nel Piano di Compensi di Amare, sarà attribuito ai Brand Partner che hanno raggiunto quel livello almeno una volta nel corso degli ultimi dodici mesi. I nuovi avanzamenti di livello costituiscono un'eccezione a questa regola.

b. L'utilizzo di qualsiasi livello o titolo ingannevole o non autorizzato costituisce una violazione dell'Accordo di Nomina e delle presenti Politiche e Procedure.

5.7. Reputazione aziendale

Nel promuovere i prodotti e le grandi opportunità offerte da Amare, il Brand Partner è tenuto a utilizzare gli strumenti di vendita e i materiali di supporto forniti da Amare. In alternativa, il Brand Partner potrà sviluppare i propri strumenti di vendita e materiali di supporto nel caso in cui abbia ottenuto l'approvazione e l'autorizzazione scritta di Amare, così da garantirne la conformità ai numerosi e complessi requisiti delle leggi sovranazionali, nazionali e locali. La violazione di questa politica (compresa la pubblicità non autorizzata su Internet) non soltanto costituisce una violazione significativa dell'Accordo, ma mette in pericolo l'opportunità di Amare per tutti i Brand Partner.

5.8. Riunioni dei Brand Partner

Il Brand Partner non potrà organizzare alcuna riunione, né utilizzare alcuna struttura di Amare resa disponibile per le riunioni dei Brand Partner, allo scopo di promuovere prodotti o servizi di qualsiasi società diversa da Amare o qualsiasi organizzazione, gruppo religioso o sociale o ente senza fini di lucro. Tutte le presentazioni alle riunioni dei Brand Partner dovranno essere conformi alle leggi e normative locali e il loro contenuto dovrà essere coerente con i materiali di marketing di Amare ufficialmente disponibili per il paese in cui si svolge la specifica riunione.

5.9. Società/persone giuridiche

Le Società e, in generale, le persone giuridiche non possono richiedere la nomina ad Incaricati alle Vendite di Amare. Possono essere Incaricati alle Vendite soltanto le persone fisiche.

5.10. Proprietà effettiva dell'attività Amare Global

a. Fatto salvo quanto previsto nella presente sezione 5, il Brand Partner potrà gestire soltanto una (1) attività Amare Global. Nessun individuo potrà avere, gestire o ricevere compensi da più di un'attività Amare Global. Gli interessi simultanei in più rapporti di distribuzione sono vietati.
b. Le coppie sposate o i partner possono essere titolari di un solo Contratto. Se due Brand Partner si sposano fra loro, l'attività relativa ad uno dei Contratti deve essere abbandonata. Se due Brand Partner instaurano fra loro una relazione come partner, l'attività relativa ad uno dei Contratti deve essere abbandonata. L'unica eccezione ammessa alla presente Regola è se al momento del matrimonio o dell'inizio della relazione come partner entrambi i Brand Partner o l'account originale ha raggiunto la Career Rank di Silver o superiore (come definito del Compensation Plan). In tal caso, ciascuno dei coniugi o dei partner potrà mantenere il proprio Contratto rimanendo in Frontline alla posizione originale.
c. Un Brand Partner può inserire il coniuge o partner sul proprio Contratto per essere supportato nello svolgimento dell'attività e ai fini di riconoscimento. Il Brand Partner dovrà informare il proprio coniuge o life partner di aver fornito i propri dati a Amare Global e di poter fare riferimento all'informativa online sulla Privacy di Amare Global per ulteriori informazioni. Il Brand Partner rimane comunque l'intestatario del Contratto. Ad ogni modo, nel caso di separazione, la titolarità del Contratto potrebbe essere impattata.
d. Un Brand Partner è responsabile delle azioni del proprio coniuge o partner, a prescindere dal fatto che il coniuge o il partner partecipino all'attività relativa al Contratto e se il Brand Partner sia al corrente delle azioni del coniuge o del partner. Il coniuge e il partner devono rispettare le Regole e le leggi applicabili all'attività Amare. Amare si riserva il diritto di risolvere il Contratto del Brand Partner titolare qualora il coniuge o il partner intraprenda attività che a parere di Amare sminuiscono, danneggiano o indeboliscono la reputazione di Amare o dei suoi prodotti.
e. Un individuo registrato come Cliente potrà soltanto convertire il proprio account esistente in una posizione di Brand Partner e non potrà quindi disporre sia di un account Cliente sia di un account Brand Partner. Amare Global avrà il diritto di adottare azioni adeguate nei confronti del Brand Partner qualora determini, a propria assoluta discrezione, che il Brand Partner stia effettuando dei tentativi di manipolazione del Piano di Compensi e/o delle promozioni attraverso account multipli o duplicati.

5.11. Sponsorizzazioni

a. Il Reclutatore è colui che presenta Amare Global a un potenziale Brand Partner o Cliente, lo assiste nel completare la sua iscrizione, supporta e offre formazione a coloro che fanno parte della sua Downline. Amare Global riconosce come Reclutatore il nome (o nomi) riportato su:
    1. Il primo Accordo di Nomina firmato fisicamente e presente in archivio; oppure
    2. Il primo Accordo di Nomina firmato elettronicamente su amareglobal.com o sul sito web replicato di un Brand Partner di Amare Global.
    3. Eventuali Accordi di Nomina contenenti annotazioni quali ""accettato telefonicamente"" oppure firmati da altre persone (per esempio lo Sponsor, il coniuge, parenti o amici) non saranno considerati validi e non saranno accettati da Amare Global.
    4. Tutti i Brand Partner in regola hanno il diritto di sponsorizzare e di iscrivere altre persone in Amare Global.
b. Durante le attività di sponsorizzazione potrebbe verificarsi la situazione in cui lo stesso potenziale cliente è avvicinato da più di un Brand Partner. È buona prassi che il potenziale cliente sia sponsorizzato dal primo Brand Partner che ha svolto una presentazione completa dei prodotti o dell'opportunità di

Amare Global. Tuttavia, Amare Global riconosce che ogni potenziale cliente ha il diritto di scegliere il proprio Sponsor.

c. Il Brand Partner ha il diritto di iscrivere o sponsorizzare altri Brand Partner esclusivamente nei mercati e nei paesi autorizzati da Amare Global.

5.12. Errori o domande

Nel caso in cui il Brand Partner abbia delle domande o ritenga che siano stati commessi degli errori riguardo a provvigioni, bonus, report sulle attività della Downline o addebiti, il Brand Partner dovrà informare Amare per iscritto entro 60 giorni dalla data del presunto errore o evento in questione. Amare declina ogni responsabilità per eventuali errori, omissioni o problemi che non le siano stati segnalati entro 60 giorni.

5.13. Natura del rapporto di Brand Partner

a. I Brand Partner sono indipendenti ed autonomi. L'accordo tra Amare ed i propri Brand Partner non si configura quale rapporto di lavoro subordinato, di agenzia, procacciamento d'affari, "lavoro a progetto", partnership o joint venture, tra la Società e il Brand Partner, né il Brand Partner acquisirà qualsivoglia licenza in relazione ai prodotti di Amare ed alla loro vendita, ovvero franchising. Il Brand Partner non ha alcun potere di rappresentanza della Società. Ciascun Brand Partner stabilirà i propri obiettivi, orari e metodi di svolgimento dell'attività e le altre modalità operative per la realizzazione della propria attività indipendente di Brand Partner, tuttavia in ossequio a quanto previsto dal Contratto e dai relativi allegati –ivi incluse le Politiche e Procedure- e dalla legislazione vigente applicabile all'attività di Brand Partner.

b. La denominazione di Amare e le altre denominazioni eventualmente adottate da Amare sono denominazioni commerciali, marchi registrati e marchi di servizio di proprietà di Amare. Come tali, questi rivestono un grande valore per Amare e vengono messi a disposizione dei Brand Partner per venire utilizzati solo in maniera espressamente autorizzata e, comunque, soltanto in vigenza del Contratto. L'uso della denominazione Amare in relazione a qualsiasi articolo non prodotto dalla Società è vietato a eccezione di quanto segue:

c. [Nome del Brand Partner] Brand Partner Indipendente di Amare Global
[Nome del Brand Partner] Brand Partner Indipendente di prodotti e servizi di Amare Global.

d. Tutti i Brand Partner hanno il diritto di far seguire il proprio nome dalla dicitura "Brand Partner Indipendente di Amare Global" oppure "Brand Partner Indipendente di prodotti e servizi di Amare Global" nell'elenco telefonico. Nessun Brand Partner potrà inserire annunci pubblicitari negli elenchi telefonici utilizzando il nome o il logo di Amare. Il Brand Partner non potrà rispondere al telefono utilizzando il nome "Amare" o "Amare Global" né in alcun altro modo che possa indurre il chiamante a ritenere di essere in contatto con la sede di Amare.

e. Al Brand Partner è fatto divieto di contrarre debiti, effettuare spese, sottoscrivere obblighi o creare conti correnti bancari per conto di, per o a nome di Amare Global.

Il Brand Partner è responsabile del pagamento di tutte le spese sostenute nella gestione della sua attività Amare Global. Queste spese includono, ma non sono limitate a, viaggi, vitto, alloggio e spese d'ufficio. In qualità di incaricato alle vendite indipendente, il Brand Partner è responsabile del modo in cui gestisce la propria attività Amare Global, la quale è soggetta ai termini e alle condizioni del presente Accordo.

5.14. Copertura assicurativa per le attività aziendali

Amare non fornisce al Brand Partner alcuna copertura assicurativa per la sua attività commerciale indipendente. Spetta al Brand Partner stipulare una copertura assicurativa per la propria attività se lo ritiene opportuno.

5.15. Copertura assicurativa per la responsabilità di prodotto

Amare garantisce un'assicurazione per proteggere la Società relativamente ai reclami riguardanti i prodotti dalla stessa commercializzati. La politica di affidabilità dei prodotti di Amare non estende la propria copertura a reclami o azioni legali che siano il risultato da un comportamento illecito del Brand Partner nella promozione e commercializzazione dei prodotti anzidetti, e che sia stato posto in essere in violazione dei termini e delle condizioni di vendita applicati da Amare.

6. Pubblicità, materiale promozionale, utilizzo di nomi e marchi commerciali aziendali

6.1. Proprietà Intellettuale di Amare Global

La proprietà intellettuale di Amare Global comprende i suoi marchi commerciali, marchi di servizio, nomi commerciali, diritti d'autore e contenuti concessi in licenza o di proprietà di Amare Global. Il Brand Partner riconosce che si tratta di risorse preziose di Amare Global. Utilizzando la proprietà intellettuale di Amare Global come qui consentito, il Brand Partner riconosce di non avere alcun diritto su tale proprietà intellettuale e riconosce altresì che Amare Global detiene in modo esclusivo ogni diritto sulla stessa e su qualsiasi avviamento ivi correlato.

6.2. Utilizzo di nomi, marchi registrati e materiali aziendali protetti da copyright

a. Il Brand Partner di Amare Global è tenuto a tutelare e promuovere la buona reputazione di Amare Global e dei suoi prodotti e servizi. La commercializzazione e promozione di Amare Global, dell'opportunità di Amare Global, del Piano di Compensi e dei prodotti e servizi di Amare Global dovranno essere coerenti con il pubblico interesse ed evitare qualsiasi comportamento o pratica scortesi, ingannevoli, fuorvianti, non etici o immorali.
b. Tutto il materiale promozionale fornito o creato da Amare Global dovrà essere utilizzato nella sua forma originale e non potrà essere modificato o alterato salvo se con la previa approvazione scritta del team di Compliance di Amare Global.
c. Il nome "Amare Global", ciascuno dei nomi dei suoi prodotti e servizi e altre denominazioni adottate da Amare Global in relazione alla propria attività sono nomi commerciali, marchi commerciali e marchi di servizio di proprietà di Amare Global. In quanto tali, questi marchi sono di grande valore per Amare Global e sono forniti al Brand Partner per il loro utilizzo esclusivamente nel modo espressamente autorizzato.
d. L'utilizzo del nome "Amare Global" da parte del Brand Partner di Amare Global è limitato in modo da proteggere i diritti proprietari di Amare Global, garantendo che i diritti di proprietà intellettuale ivi correlati non vadano perduti o compromessi a causa di un utilizzo non autorizzato. L'utilizzo del nome "Amare Global" su qualsiasi articolo non prodotto o autorizzato da Amare Global è vietato, salvo nei seguenti casi:
    1. [Nome del Brand Partner] Brand Partner Indipendente di Amare Global
    2. [Nome del Brand Partner] Brand Partner Indipendente di prodotti e servizi di Amare Global.
    3. I siti web possono contenere il seguente URL: AmareGlobalIndependentDist/BP Name
e. Ulteriori procedure relative all'utilizzo del nome "Amare Global" sono riassunte di seguito:
    1. Il Brand Partner potrà realizzare i propri articoli di cancelleria (per esempio carta intestata, buste e biglietti da visita) recanti il nome o il logo di Amare Global senza necessità di approvazione scritta da parte della Società purché gli articoli indichino chiaramente che il Brand Partner è un incaricato alle vendite indipendente e sia riportato il numero di account Amare del Brand Partner. Quanto sopra dovrà includere la dicitura "[Nome del Brand Partner] Brand Partner Indipendente di Amare Global, n. identificativo Brand Partner [xxxx]" oppure "[Nome del Brand Partner] Brand Partner Indipendente di prodotti e servizi di Amare Global, n. identificativo Brand Partner [xxxx]."
    2. Il Brand Partner potrà far seguire il proprio nome dalla dicitura "Brand Partner Indipendente di Amare Global" oppure "Brand Partner" nell'elenco telefonico o negli elenchi commerciali online.
    3. Il Brand Partner Amare Global non potrà utilizzare il nome "Amare Global" per rispondere al telefono, creare un messaggio vocale o utilizzare una segreteria telefonica né in alcun altro modo che possa indurre il chiamante a ritenere di essere in contatto con la sede di Amare. Il Brand Partner potrà utilizzare la frase "Brand Partner Indipendente di Amare Global".
f. Le fotografie e le immagini grafiche utilizzate nelle pubblicità, negli imballaggi e nei siti web di Amare Global sono il risultato di contratti con fornitori esterni. Al Brand Partner è fatto divieto di utilizzare tali fotografie o immagini senza l'approvazione del fornitore. Tutti i contenuti che rientrano in questo ambito (software, design, video, immagini, fotografie, elementi grafici, musica e qualsiasi altro materiale audiovisivo analogo) sono protetti da tutti i diritti di proprietà intellettuale, industriale, finanziaria, legale, e in particolare da diritti d'autore e diritti connessi, di proprietà esclusiva del rispettivo fornitore. Qualora desideri utilizzare queste fotografie o elementi grafici, il Brand Partner dovrà sottoscrivere dei contratti individuali con i fornitori, rispettando i termini specificati, e ottenerne il consenso all'utilizzo, compresi eventuali oneri richiesti dal fornitore. In caso contrario, il Brand Partner sarà esclusivamente e

personalmente responsabile per eventuali danni diretti o indiretti, negativi o positivi, materiali o morali sostenuti dal Brand Partner stesso e/o da Amare Global. Amare Global non potrà essere in alcun modo ritenuta responsabile a tale riguardo né potrà essere avanzata alcuna pretesa di rivalsa nei suoi confronti.

g. Amare Global produce regolarmente eventi dal vivo e registrati, oltre a webinar e teleconferenze. Nel corso di questi eventi compaiono e intervengono dirigenti della Società, Brand Partner e ospiti. Il contenuto di questi eventi è materiale protetto da copyright di proprietà esclusiva di Amare Global. Il Brand Partner non potrà effettuare registrazioni di tali eventi o del personale aziendale per alcun motivo, a prescindere che l'evento si svolga dal vivo, tramite webinar o teleconferenza o sia trasmesso con qualsiasi altra modalità.
h. Lo stesso vale per gli strumenti e i materiali promozionali e di vendita prodotti dalla Società, i video, gli audio, i podcast e il materiale stampato, i quali sono anch'essi protetti da copyright. Il Brand Partner non potrà copiare o creare opere derivate da tali materiali per proprio uso personale o commerciale senza la previa approvazione scritta della Società.
i. Amare Global si riserva il diritto di revocare qualsiasi approvazione precedentemente concessa per qualsiasi strumento di vendita o materiale promozionale qualora si renda necessario ai fini della conformità ad eventuali modifiche di leggi e normative e potrà richiedere la rimozione dal mercato di tali materiali senza alcun obbligo economico nei confronti del Brand Partner coinvolto.
j. Il Brand Partner non potrà agire in modo tale da suggerire che Amare Global abbia in alcun modo approvato, sponsorizzato, o ricevuto supporto da una terza parte o da altra affiliazione correlata attraverso contenuti creati o azioni intraprese dal Brand Partner.

6.3. Punti vendita

a. Amare incoraggia la vendita dei suoi prodotti attraverso un contatto personale con i clienti o potenziali tali. Al fine di preservare il valore del marchio e del nome Amare, i Brand Partner, non possono, senza previa autorizzazione scritta concessa dalla Società, mostrare o promuovere la vendita di prodotti Amare presso alcun punto vendita. Amare autorizza i Brand Partner a mostrare o promuovere la vendita di prodotti Amare anche ad esercenti, ma sempre per uso diretto da parte di questi ultimi, senza alcuna successiva rivendita dei prodotti stessi a terzi.

6.4. Pubblicità e materiali promozionali

a. Il Brand Partner deve proporre ai consumatori i prodotti Amare al prezzo pubblicato sul sito web di Amare alla data della vendita.
b. Tutti i Brand Partner sono tenuti a tutelare e promuovere la buona reputazione di Amare Global e dei suoi prodotti. La commercializzazione e promozione di Amare Global, dell'opportunità di Amare Global, del Piano di Compensi e dei prodotti e servizi di Amare Global dovranno essere coerenti con il pubblico interesse ed evitare qualsiasi comportamento o pratica scortesi, ingannevoli, fuorvianti, non etici o immorali. Pertanto, la pubblicità e tutte le forme di promozione e comunicazione dovranno attenersi ai principi di onestà e correttezza. Tutti gli annunci pubblicitari o le comunicazioni dovranno indicare chiaramente che non sono stati predisposti da Amare Global né da alcuna delle sue società affiliate e il proprietario del sito si assume tutte le responsabilità riguardo ai contenuti.
c. L'utilizzo della Proprietà Intellettuale di Amare nei siti digitali e siti web a pagamento è VIETATO. Il Brand Partner non potrà utilizzare alcuna forma di proprietà intellettuale di Amare Global nelle pubblicità a pagamento, tra cui, per esempio, il typosquatting o l'utilizzo di parole chiave per i singoli prodotti, senza lo specifico consenso scritto del team di Compliance di Amare Global.
d. Il Brand Partner è vivamente incoraggiato a utilizzare gli strumenti di vendita e i materiali di supporto forniti da Amare Global. Tuttavia, se lo desidera, il Brand Partner potrà creare e produrre i propri strumenti di vendita e materiali promozionali A CONDIZIONE CHE gli stessi siano rigorosamente conformi ai seguenti requisiti:
    1. I materiali non dovranno includere dichiarazioni false o fuorvianti riguardo alle entrate, allo stile di vita legato alle entrate, all'opportunità commerciale o al Piano di Compensi. Si veda la Sezione 8.
    2. Qualsiasi dichiarazione sui prodotti di Amare Global inclusa in tali materiali dovrà essere conforme a quanto stabilito nella precedente Sezione 6. In breve, non potrà essere rilasciata alcuna dichiarazione riguardo ai prodotti di Amare Global diversa da quelle riportate dalla Società nei propri materiali ufficiali.
    3. Tutti i materiali dovranno contenere la seguente informativa: "Questo materiale pubblicitario è stato prodotto da [Nome], un Brand Partner Indipendente di Amare Global, il quale è il solo

responsabile del suo contenuto. Questo materiale pubblicitario non è stato creato, sviluppato, prodotto o approvato da Amare Global. I marchi registrati di Amare Global sono utilizzati per gentile concessione." La suddetta informativa dovrà essere posta in modo chiaramente visibile su o all'interno degli strumenti di vendita o di altro materiale promozionale.

4. In aggiunta alla suddetta informativa, tutto il materiale promozionale online prodotto dal Brand Partner dovrà includere il numero identificativo Amare Global del Brand Partner.
5. I marchi o loghi di Amare Global eventualmente visualizzati dovranno essere conformi alla versione più recente della Guida agli stili del Brand Partner di Amare, disponibile nel Back Office di Amare. Eventuali aggiornamenti agli stili riportati nella Guida dovranno essere implementati e resi conformi entro 14 giorni dal rilascio della versione aggiornata della stessa.
6. Non sono consentiti blind ads (annunci che non menzionano né identificano il Brand Partner, Amare Global o l'opportunità o i prodotti di Amare Global) che promuovono in qualsiasi modo l'opportunità o i prodotti di Amare Global.
7. Il Brand Partner che ha sviluppato degli strumenti di vendita e materiali promozionali potrà rendere tali materiali disponibili per l'utilizzo da parte di altri Brand Partner, ma non potrà venderli ad altri Brand Partner né addebitare alcun compenso per il loro utilizzo ad altri Brand Partner.

e. Amare Global si riserva il diritto di richiedere al Brand Partner di interrompere immediatamente l'utilizzo o la visualizzazione di strumenti di vendita e materiali promozionali creati, sviluppati o prodotti dal Brand Partner, a propria discrezione. Il Brand Partner rinuncia a qualsiasi pretesa nei confronti di Amare Global, dei suoi funzionari, amministratori, proprietari, dipendenti e agenti per danni, spese, costi o compensi di qualsiasi altra natura derivanti da o relativi a tale interruzione.

6.5. Rinuncia al diritto di pubblicità

Il Brand Partner autorizza la Società a utilizzare il suo nome, fotografia, storia personale e/o immagine nei materiali promozionali o pubblicitari in relazione all'attività della Società e rinuncia a qualsiasi pretesa di compenso per tale utilizzo. Qualora non desideri comparire nei materiali di vendita e marketing di Amare Global, il Brand Partner dovrà darne comunicazione per iscritto al team di Compliance di Amare Global in modo da garantire che la sua testimonianza o immagine e aspetto non siano utilizzati in alcun materiale aziendale, riconoscimento, pubblicità o registrazione di eventi annuali.

6.6. Media e richieste dei media

a. Il Brand Partner si impegna a richiedere l'approvazione del team di Compliance prima di avviare contatti o di comunicare con qualsiasi società di comunicazione, tra cui, senza limitazione alcuna, emittenti televisive o radiofoniche, giornali o riviste, allo scopo di promuovere la propria attività indipendente Amare Global o di discutere qualsiasi aspetto di Amare Globale, dei suoi prodotti, del suo modello di business, del Piano di Compensi o dell'opportunità commerciale.
b. Il Brand Partner non potrà comparire su, né utilizzare radio o televisioni né fare uso di altri strumenti di comunicazione allo scopo di promuovere o discutere Amare Global o i suoi programmi, prodotti o servizi senza la previa autorizzazione scritta del team di Compliance di Amare Global.
c. Tutte le richieste dei media dovranno essere immediatamente indirizzate ad Amare Global. Il Brand Partner dovrà astenersi dal rispondere a domande dei media riguardo a Amare Global, ai suoi prodotti o servizi o alla sua attività indipendente Amare Global se non autorizzato dal team di Compliance. Tutte le richieste dei media di qualunque genere dovranno essere immediatamente indirizzate alla Società. Questa politica è volta a garantire la correttezza e coerenza delle informazioni fornite al pubblico e preservare l'immagine della Società.

6.7. Spam e comunicazioni "di massa" indesiderate

I Brand Partner devono rispettare le leggi ed i regolamenti, oltre ai provvedimenti delle competenti Autorità, in merito alla comunicazione c.d. di "massa" non richiesta ("spamming"), nonché circa i metodi di contatto sia con clienti –o potenziali tali- che con interessati all'opportunità Amare. La regola generale applicabile ai Brand Partner è che questi ultimi non possono utilizzare o trasmettere fax e missive non richiesti, inviare e-mail "di massa", e-mail non richieste o "spam", nonché effettuare telefonate, aventi ad oggetto la loro attività Amare e/o i prodotti di quest'ultima. I termini "fax non richiesti" ed "e-mail non richieste", ai fini delle presenti Politiche e Procedure, significano la trasmissione tramite telefono, fax o posta elettronica di qualunque materiale od informazione che pubblicizzi o promuova Amare, i suoi prodotti, il suo Piano Compensi o qualunque altro aspetto dell'Azienda, a terzi, a meno che: (a) la persona abbia fornito il proprio espresso consenso; o (b) trattasi di persona con cui il Brand Partner abbia stabilito una relazione di lavoro e/o

personale. Ai fini delle presenti Politiche e Procedure, il termine "relazione di lavoro o personale stabilita" significa una relazione costituita da una comunicazione volontaria tra il Brand Partner ed una persona sulla base di: (a) una domanda, richiesta, acquisto o transazione da parte della persona riguardo i prodotti offerti dall'Incaricato in questione; o (b) una relazione personale o familiare in essere.

6.8. Telemarketing

a. Il Brand Partner dovrà rispettare le leggi, le normative o le ordinanze locali in materia di invio di comunicazioni di massa indesiderate. Le leggi limitano severamente le attività di telemarketing e sono estremamente complesse. Le presenti Regole sono fornite per comodità del Brand Partner (ma non vanno intese come una consulenza legale). Il Brand Partner è tenuto a conoscere e a rispettare tutte le leggi applicabili in materia di telemarketing. Nella stipula di contratti con i fornitori, il Brand Partner dovrà accertarsi che i servizi del fornitore siano conformi a tutte le leggi applicabili. Le azioni od omissioni del fornitore del Brand Partner saranno considerate come azioni od omissioni da parte del Brand Partner.
b. Il Brand Partner non dovrà essere coinvolto in attività di telemarketing in relazione allo svolgimento della sua attività Amare.
c. Il termine "telemarketing" indica l'atto di vendere, sollecitare, commercializzare, promuovere o fornire informazioni su un prodotto o un servizio utilizzando un telefono, un cellulare, un messaggio di testo, un fax, un dispositivo di composizione automatica, un messaggio preregistrato o automatico o un dispositivo analogo.
d. Il "cold calling" rivolto a potenziali Clienti o Brand Partner per promuovere i prodotti di Amare o l'opportunità di Amare è considerato telemarketing ed è quindi vietato.
e. Fatto salvo quanto precede, il Brand Partner potrà effettuare chiamate telefoniche a un potenziale Cliente o Brand Partner (un "Prospect") nelle seguenti situazioni limitate:
   - If the Brand Partner has an established business relationship with the prospect. An "established business relationship" is a relationship between a Brand Partner and a prospect based on:
     1. L'acquisto, il noleggio o la locazione di beni o servizi del Brand Partner da parte del Prospect nei diciotto (18) mesi immediatamente precedenti la data della telefonata che invita il Prospect ad acquistare un prodotto o servizio; oppure
     2. Una transazione finanziaria tra il Prospect e il Brand Partner nei diciotto (18) mesi immediatamente precedenti la data di tale telefonata.
   - La richiesta o domanda effettuata personalmente dal Prospect riguardo a un prodotto o servizio offerto dal Brand Partner nei tre (3) mesi immediatamente precedenti la data di tale telefonata.
f. Nel caso in cui il Brand Partner abbia ricevuto un'autorizzazione scritta e firmata dal Prospect che lo autorizza a contattarlo. L'autorizzazione dovrà specificare il recapito (o recapiti) telefonico che il Brand Partner è autorizzato a chiamare.
g. Il Brand Partner potrà contattare familiari, amici personali e conoscenti. Un "conoscente" è una persona con cui il Brand Partner ha avuto di recente almeno un rapporto diretto (ossia il Brand Partner lo ha incontrato personalmente di recente). Si tenga tuttavia presente che la pratica di raccogliere biglietti da visita da chiunque per poi contattare queste persone in un momento successivo potrebbe costituire una forma vietata di telemarketing ai sensi delle leggi locali. Pertanto, qualora effettui delle chiamate a "conoscenti", il Brand Partner dovrà limitarsi a telefonate occasionali e non farvi ricorso come prassi abituale.
h. Inoltre, il Brand Partner non potrà utilizzare sistemi automatizzati di chiamata nello svolgimento della sua attività Amare. La definizione "sistema automatizzato di chiamata" identifica un dispositivo in grado di: (a) memorizzare o generare numeri di telefono da chiamare, utilizzando un generatore di numeri casuali o sequenziali; e (b) comporre tali numeri.
i. Il Brand Partner dovrà interrompere immediatamente qualunque attività di telemarketing nel caso riceva qualsiasi notifica da un'autorità governativa riguardante tale attività. Il Brand Partner dovrà altresì segnalare tempestivamente ad Amare il ricevimento di un'eventuale notifica.

6.9. Fiere, esposizioni e altri forum di vendita

a. Il Brand Partner potrà esporre e/o vendere i prodotti di Amare in occasione di fiere ed esposizioni di settore.
b. Durante l'evento il Brand Partner non potrà offrire o promuovere alcun altro prodotto o servizio. Prima di confermare la propria adesione all'organizzatore dell'evento, il Brand Partner dovrà contattare per iscritto il team di Compliance per richiederne l'approvazione condizionata.

c. L'approvazione è accordata soltanto per l'evento specificato. Eventuali richieste di partecipazione ad eventi successivi dovranno essere nuovamente inoltrate dal Brand Partner al team di Compliance.
d. "In caso di utilizzo di materiali di marketing o promozionali, cartelli o banner presso lo stand dell'evento, tali materiali dovranno promuovere esclusivamente i prodotti o servizi di Amare Global e veicolare un'immagine di qualità di Amare Global.
e. Il Brand Partner o i Brand Partner presenti all'evento dovranno dichiarare espressamente di essere dei Brand Partner Indipendenti di Amare Global e non dei dipendenti di Amare Global.
f. I Brand Partner e tutti coloro che sono presenti allo stand dell'evento dovranno rispettare tutte le disposizioni applicabili del presente Accordo. I Brand Partner e tutti coloro che sono presenti allo stand dell'evento non dovranno rilasciare dichiarazioni false o fuorvianti in relazione ai compensi. Le dichiarazioni sui prodotti dovranno essere conformi alla sezione 8."
g. Al fine di tutelare il valore del suo brand, Amare si riserva altresì il diritto di negare l'autorizzazione a partecipare a qualsiasi evento non ritenuto adeguato per la promozione dei propri prodotti o dell'opportunità commerciale. Non sarà concessa approvazione per mercati dell'usato, mercatini locali o mercati ortofrutticoli poiché questi eventi non favoriscono l'immagine professionale auspicata da Amare.

6.10. Restrizioni su Internet e sui siti web di terzi

a. Amare incoraggia vivamente tutti i Brand Partner a utilizzare i siti web autoreplicanti della Società. Questi siti web sono sviluppati e gestiti da Amare in modo da garantirne la conformità in tutti gli ambiti giuridici applicabili. Il Brand Partner non potrà utilizzare o provare a registrare alcun nome commerciale, marchio registrato, nome di servizio, marchio di servizio, nome di prodotto, slogan pubblicitario, il nome "Amare" o qualsiasi derivato dello stesso che potrebbe violare la proprietà intellettuale di Amare Global, in qualsiasi nome di dominio su Internet (URL), indirizzo di posta elettronica o account sui social media. Esempi di utilizzo non accettabile sono:
    1. www.amare-global.com, www.amareglbl.com, www.amarglobal.com ecc.
    2. amareglobalchris@gmail.com, amarechris@gmail.com ecc..
    3. @amareglobalchris, @amarglbl ecc.
b. Non sono consentite pagine di marketing sui social media contraddistinte dal marchio Amare Global tra cui, a titolo meramente esemplificativo, su Facebook, Instagram, Pinterest, blog e canali YouTube.
c. Il Brand Partner non potrà vendere prodotti o servizi di Amare Global né presentare l'opportunità commerciale di Amare Global attraverso l'utilizzo di "aste online" o siti di e-commerce, quali Amazon.com, Ebay.com, Alibaba.com e altri siti di natura analoga.
d. Tutti i Brand Partner potranno avere un (1) sito web di terzi approvato. Un sito web di terzi è un sito web personale approvato da Amare Global, ospitato su server non di proprietà di Amare Global e senza alcuna affiliazione con Amare Global. Tutti i Brand Partner che desiderano creare il proprio sito web di terzi dovranno richiedere la previa approvazione scritta di Amare Global prima di renderlo operativo. I siti web di terzi possono essere utilizzati per promuovere l'attività e i prodotti di Amare Global a condizione che siano conformi alle politiche di Amare Global in materia di pubblicità. Nessuna vendita di prodotti, ordine di prodotti e registrazione di Clienti o Brand Partner potrà avvenire attraverso un sito web di terzi. Nel caso in cui si intenda utilizzare qualsiasi sito web di terzi, sarà necessario attenersi alla seguente procedura:
    1. Identificarsi come Brand Partner di Amare Global;
    2. Utilizzare esclusivamente le immagini e la terminologia autorizzate da Amare Global per lo specifico paese di residenza del Brand Partner;
    3. Rispettare le politiche relative al branding, ai marchi registrati e all'utilizzo delle immagini descritte in questo documento;
    4. Rispettare qualsiasi altra disposizione relativa all'utilizzo di un sito web di terzi descritta in questo documento;
    5. Nel caso in cui Amare ritenga che il sito web di terzi proposto non è accettabile, Amare comunicherà al Brand Partner la necessità di modificare tale sito e la sua approvazione sarà sospesa fintanto che non saranno state implementate tali modifiche. Nessun Brand Partner potrà rendere disponibile al pubblico il proprio sito web di terzi prima di avere ricevuto l'approvazione scritta da parte di Amare.
e. Tutti i materiali di marketing utilizzati sul sito web di terzi di un Brand Partner dovranno essere forniti da Amare Global ovvero approvati per iscritto da Amare Global.
f. Per maggiore chiarezza, i seguenti quattro elementi dovranno essere presenti in modo chiaramente visibile nella parte superiore di ciascuna pagina di un sito web di terzi:

1. Il logo "Brand Partner di Amare Global" fornito dalla Società
2. Il nome e la qualifica del titolare del sito
3. Il tasto di reindirizzamento al sito web replicato Amare Global del titolare del sito
4. Il tasto di reindirizzamento al sito web aziendale di Amare Global
5. Informazioni chiare sulla politica di reso

g. Il Brand Partner non potrà utilizzare siti di terzi contenenti materiali copiati da fonti aziendali (per esempio brochure, CD, video, nastri, eventi, presentazioni e siti web aziendali di Amare Global).
h. I prodotti di Amare Global potranno essere visualizzati insieme ad altri prodotti o servizi sul sito web di terzi di un Brand Partner purché gli altri prodotti e servizi siano coerenti con i valori di Amare Global e non siano commercializzati o venduti da una società di Network Marketing concorrente. Si considera concorrente qualsiasi prodotto della medesima categoria generica di un prodotto di Amare, per esempio qualsiasi integratore alimentare rientra nella medesima categoria generica degli integratori alimentari di Amare ed è quindi un prodotto concorrente, indipendentemente dalle differenze di costo, qualità, ingredienti o contenuto di nutrienti.
i. Non potrà essere apportato alcun cambiamento o modifica al sito web autorizzato, fatto salvo quanto segue: Nel caso in cui desideri modificare un sito web precedentemente autorizzato, il Brand Partner dovrà presentare una Richiesta di Modifica del sito web di terzi e versare una commissione pari a Euro 80. La Richiesta di Modifica dovrà indicare espressamente ogni singola modifica o aggiunta che il Brand Partner desidera apportare. Le modifiche non potranno essere pubblicate sul sito web prima che il Brand Partner abbia ricevuto l'approvazione per iscritto di Amare.
j. Nel caso in cui l'attività indipendente Amare Global di un Brand Partner che abbia ricevuto l'autorizzazione a creare e pubblicare un sito web di terzi sia cancellata volontariamente o involontariamente per qualsiasi motivo, ovvero nel caso in cui Amare Global revochi la propria autorizzazione per il sito web di terzi del Brand Partner, il Brand Partner dovrà interrompere immediatamente l'utilizzo e il funzionamento del sito web, rimuovere qualsiasi pubblicazione online su Amare e, se richiesto, trasferire gratuitamente la proprietà del nome di dominio ad Amare. Amare Global si riserva il diritto di revocare in qualunque momento il diritto di un Brand Partner di utilizzare un sito web di terzi laddove ritenga che tale revoca sia nel migliore interesse di Amare Global, dei suoi Brand Partner e dei Clienti. Le decisioni e le azioni correttive a questo riguardo saranno ad esclusiva discrezione di Amare Global.

6.11. Restrizioni sui social media

a. In aggiunta al rispetto di tutti gli altri requisiti specificati nell'Accordo, qualora il Brand Partner utilizzi qualsiasi forma di social media in relazione alla propria attività Amare Global, tra cui, ma non limitatamente a, blog, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube o Pinterest, il Brand Partner si impegna a rispettare i requisiti stabiliti nella presente sezione 6.11.
b. I siti di social media non potranno essere utilizzati per effettuare vendite di prodotti e servizi di Amare. Le vendite online dei prodotti di Amare dovranno essere effettuate esclusivamente tramite il sito web replicato del Brand Partner.
c. I PROFILI CREATI DA UN BRAND PARTNER IN QUALSIASI COMMUNITY SUI SOCIAL MEDIA IN CUI Amare Global È DISCUSSA O MENZIONATA DOVRANNO IDENTIFICARE CHIARAMENTE IL BRAND PARTNER COME UN BRAND PARTNER DI AMARE GLOBAL; inoltre, ogniqualvolta prenda parte a tale community, il Brand Partner dovrà evitare conversazioni, commenti, immagini, video, audio o applicazioni inappropriati nonché qualsiasi altro contenuto per adulti, blasfemo, discriminatorio o volgare. La determinazione di ciò che è inappropriato è ad esclusiva discrezione di Amare Global e il Brand Partner interessato sarà soggetto ad azioni disciplinari. I banner pubblicitari e le immagini utilizzate su questi siti dovranno essere aggiornati e provenire dalla libreria approvata di Amare Global. Nel caso sia presente un link, il link dovrà reindirizzare al sito web replicato del Brand Partner che ha pubblicato il post ovvero a un sito web di terzi approvato.
d. La pubblicazione di post anonimi o l'utilizzo di alias su qualsiasi sito di social media sono vietati e comporteranno delle azioni disciplinari nei confronti del Brand Partner interessato.
e. Il Brand Partner non potrà fare ricorso a spam, spamdexing o a qualsiasi altra modalità di duplicazione di massa per lasciare commenti sui blog. I commenti creati o lasciati dal Brand Partner dovranno essere utili, unici, pertinenti e specifici per l'articolo del blog. Lo spam include, ma non è necessariamente limitato a:
    1. L'invio agli utenti online di messaggi di posta elettronica indesiderati contenenti informazioni del Brand Partner (il Brand Partner è autorizzato a inviare messaggi di posta elettronica

esclusivamente in conformità alla precedente sezione 6.7 nonché alla legislazione anti-spam);

2. L'invio di messaggi di posta elettronica o fax indesiderati a elenchi di persone che non fanno parte dell'Organizzazione del Brand Partner o con cui il Brand Partner non ha avuto precedenti rapporti commerciali o personali, in conformità alla sezione 6.7. Tutti i messaggi di posta elettronica relativi ad Amare Global dovranno riguardare esclusivamente l'attività Amare Global ed essere inviati soltanto ai Brand Partner che fanno parte dell'Organizzazione di quel Brand Partner, purché i Brand Partner dell'Organizzazione abbiano accettato di divulgare i propri dati di contatto ai sensi delle leggi in materia di privacy e protezione dei dati in ciascuna giurisdizione in cui si svolge l'attività del Brand Partner.

f. Il Brand Partner dovrà dichiarare il proprio nome completo su tutti i post sui social media e identificarsi chiaramente come Brand Partner Indipendente di Amare Global. La pubblicazione anonima o l'utilizzo di alias sono vietati.
g. I post falsi, fuorvianti o ingannevoli sono vietati. Ciò comprende, ma non è limitato a, post falsi o ingannevoli relativi all'opportunità di guadagni di Amare Global, ai prodotti e servizi di Amare Global e/o alle proprie informazioni biografiche e credenziali.
h. Il Brand Partner sarà personalmente responsabile dei propri post e di tutte le altre attività online relative ad Amare Global. Pertanto, anche nel caso in cui il Brand Partner non possieda né gestisca un blog, un sito o un account di social media, qualora pubblichi un post su qualsiasi sito correlato ad Amare Global o che potrebbe essere ricondotto ad Amare Global, il Brand Partner ne sarà responsabile. Il Brand Partner sarà altresì responsabile dei post pubblicati su qualsiasi blog, sito o account di social media che possiede, gestisce o controlla. Eventuali dichiarazioni postate sui siti o sugli account di social media del Brand Partner che non siano lecite o conformi alle disposizioni applicabili dell'Accordo dovranno essere cancellate o rimosse. Il Brand Partner sarà tenuto a rivedere regolarmente questi contenuti.
i. In qualità di Brand Partner di Amare Global, è importante astenersi dal discutere con chiunque pubblichi un post negativo contro la propria persona, contro altri Brand Partner o contro Amare Global. Invitiamo a segnalare ad Amare Global eventuali post negativi all'indirizzo: cs.it@amare.com. Rispondere a eventuali post ha spesso il solo risultato di alimentare una discussione sterile con chi non si attiene ai medesimi standard elevati di Amare Global e danneggia quindi la reputazione e la buona fede di Amare Global.
j. La distinzione tra un sito di social media e un sito web potrebbe non essere netta poiché alcuni siti di social media sono particolarmente strutturati. Amare Global si riserva pertanto il diritto assoluto ed esclusivo di classificare specifici siti di social media come siti web di terzi e di richiedere che il Brand Partner che li utilizza, o che desidera utilizzarli, rispetti le politiche di Amare Global relative ai siti web di terzi.
k. Nel caso in cui la sua attività con Amare Global sia cancellata per qualsiasi motivo, il Brand Partner dovrà interrompere l'utilizzo del nome "Amare Global" e di tutti i marchi, nomi commerciali, marchi di servizio e altre proprietà intellettuali di Amare Global, nonché tutti i derivati di tali marchi e proprietà intellettuale, in qualsiasi post e in tutti i siti di social media che utilizza. Nel caso in cui pubblichi dei post su qualsiasi sito di social media su cui si era precedentemente identificato come Brand Partner Indipendente di Amare Global, il Brand Partner dovrà dichiarare chiaramente di non essere più un Brand Partner Indipendente di Amare Global.

6.12. Altre disposizioni in materia di pubblicità

a. Il Brand Partner non potrà dichiarare né suggerire di rappresentare Amare Global, se non in qualità di Brand Partner Indipendente. Ciò include tutte le forme di comunicazione verbale, scritta, elettronica, e-mail, chat o qualsiasi forma di comunicazione.
b. Il Brand Partner non potrà pubblicizzare, offrire o suggerire la disponibilità di un impiego o posizione presso Amare Global. L'utilizzo di annunci di lavoro o di post come strumento pubblicitario è vietato.
c. Non è consentito rilasciare dichiarazioni false o fuorvianti riguardo alle entrate o ai guadagni.
d. Su richiesta, qualsiasi strumento di vendita o altro supporto creato dal Brand Partner e contenente qualsiasi proprietà intellettuale o contenuto di Amare Global dovrà essere immediatamente fornito ad Amare Global.
e. Il Brand Partner accetta di sollevare e tenere indenne Amare Global da qualsiasi reclamo e/o pretesa derivante da, o in connessione con la creazione di Proprietà Intellettuale di un'altra persona, attività o entità.

f. Alla risoluzione dell'Accordo, quale che ne sia il motivo, il Brand Partner dovrà interrompere immediatamente qualsiasi utilizzo dei materiali di marketing, dei contenuti, dei marchi registrati, della proprietà o di qualsiasi materiale analogo di Amare Global.

6.13. Divieto di riconfezionamento e rietichettatura

Al Brand Partner è fatto divieto di riconfezionare, rietichettare, ricaricare o alterare in qualsiasi modo le etichette di qualsiasi prodotto, informazione, materiale o programma di Amare. I prodotti di Amare dovranno essere venduti esclusivamente nei rispettivi contenitori originali; la rietichettatura o il riconfezionamento potrebbero esporre il Brand Partner a responsabilità penali o civili, soprattutto qualora ne derivino danni a cose o ad altre persone.

7. Modifiche dell'attività del Brand Partner

7.1. Modifica delle informazioni dell'Accordo di Nomina

Il Brand Partner dovrà comunicare immediatamente ad Amare qualunque modifica delle informazioni contenute nella sua Domanda di Nomina e Accordo di Nomina inoltrando una richiesta scritta, una Domanda di Nomina e un Accordo di Nomina debitamente compilati con le informazioni corrette, ove applicabili, e nuovamente firmati (non saranno ammesse versioni corrette dell'Accordo originario), nonché l'adeguata documentazione di supporto.

7.2. Posizionamento

a. Il Brand Partner che iscrive un nuovo Brand Partner è il "Reclutatore" del nuovo Brand Partner. Il Brand Partner posizionato direttamente sopra a un nuovo Brand Partner nella Upline è lo "Sponsor" del nuovo Brand Partner. Nella maggior parte dei casi, il Reclutatore e lo Sponsor sono la stessa persona.
b. Nel caso in cui l'Accordo di Nomina del nuovo Brand Partner non identifichi uno Sponsor, il Reclutatore assumerà anche il ruolo di Sponsor salvo nel caso in cui il Reclutatore non "posizioni" il nuovo Brand Partner sotto un altro Brand Partner all'interno della sua Organizzazione entro 30 giorni dalla data di iscrizione del nuovo Brand Partner. Il suddetto posizionamento sarà definitivo.
c. I Clienti non possono essere posizionati e dovranno essere assegnati al Brand Partner Reclutatore.

7.3. Modifica dello Sponsor

a. Per modificare o correggere lo Sponsor, il Brand Partner dovrà attenersi alla seguente procedura:
    1. Entro 30 giorni dall'iscrizione del nuovo Brand Partner, il Posizionamento potrà essere modificato o corretto dal Reclutatore direttamente nel Back Office di Amare Global. Sarà consentita una sola modifica di tale posizionamento. Una volta effettuato il posizionamento non saranno più ammesse ulteriori modifiche.
    2. Una volta decorsi 30 giorni dalla data di iscrizione del nuovo Brand Partner, il cambio di Sponsor sarà consentito soltanto in circostanze eccezionali e soltanto se Amare Global e l'Upline diretta del Brand Partner e i suoi leader avranno tutti approvato la modifica. Per richiedere la modifica dello Sponsor, il Brand Partner dovrà attenersi alla seguente procedura:
        i. Il Brand Partner dovrà presentare ad Amare Global una richiesta scritta specificando i motivi della modifica richiesta. La richiesta dovrà includere il nome e il numero identificativo del nuovo Sponsor proposto.
        ii. Il Brand Partner dovrà allegare alla richiesta scritta la ricevuta del versamento di una commissione di Euro 40 (IVA esclusa) in favore di Amare Global. La commissione non sarà rimborsata, anche nel caso in cui la richiesta sia respinta.
        iii. Se così richiesto da Amare Global, il Brand Partner dovrà fornire alla Società ogni ulteriore informazione utile per la valutazione della richiesta.
        iv. Potrebbero essere necessari fino a 45 giorni affinché Amare Global esamini la richiesta e fornisca un riscontro al Brand Partner richiedente.
        v. Le richieste di modifica dello Sponsor ricevute da Amare Global a partire dal 25 del mese saranno valutate non prima del mese successivo.
        vi. Amare Global potrà accordare la propria approvazione o respingere la richiesta, a propria assoluta discrezione.
        vii. Amare Global potrà subordinare la propria approvazione all'approvazione della modifica da parte dello Sponsor, del Reclutatore e dei leader della Upline del Brand Partner richiedente. In tal caso, la modifica non sarà effettuata fintanto che tutti i Brand Partner di tale Upline non avranno approvato per iscritto la richiesta. Amare

Global fornirà al Brand Partner richiedente l'apposito modulo di approvazione. Sarà responsabilità del Brand Partner richiedente garantire le necessarie approvazioni della Upline, secondo quanto indicato da Amare Global.

viii. Nel caso in cui la richiesta di modifica dello Sponsor sia approvata, tale modifica NON avrà valore retroattivo rispetto alla data della richiesta.

b. La Downline del Brand Partner, se del caso, NON sarà trasferita al Brand Partner salvo se approvato da Amare Global, a propria assoluta discrezione.

7.4. Modifica del Reclutatore di un Brand Partner

a. Una volta effettuata l'iscrizione di un nuovo Brand Partner, il Reclutatore non potrà essere modificato se non nel caso eccezionale descritto di seguito poiché il cambio del Reclutatore ha un impatto significativo sul Piano di Compensi di Amare Global. In nessun caso il Reclutatore potrà essere modificato con un Brand Partner diverso dallo Sponsor del Brand Partner interessato. Il Brand Partner non potrà modificare la propria Organizzazione fatta eccezione per quanto previsto alla successiva sezione 7.5.
b. Per richiedere la modifica del Reclutatore, il Reclutatore di un Brand Partner dovrà inoltrare alla Società la richiesta di modificare il Reclutatore del Brand Partner interessato con lo Sponsor del Brand Partner. La Società si riserva il diritto di rifiutare tale richiesta a propria discrezione.
c. Fatto salvo quanto precede, il Reclutatore di un nuovo Brand Partner potrà modificare il Reclutatore con un altro Brand Partner all'interno della propria Organizzazione entro 30 giorni dall'iscrizione del nuovo Brand Partner. Nel caso in cui la modifica del Reclutatore non sia stata perfezionata durante il suddetto periodo di tempo, sarà possibile inoltrare una richiesta come indicato in precedenza.
d. La prima richiesta di modifica di un Reclutatore non è soggetta al pagamento di commissioni. Eventuali richieste successive prevedono il pagamento di una commissione di Euro 40 (IVA esclusa) che dovrà essere versata unitamente alla richiesta di modifica del Reclutatore.
e. Amare Global si riserva il diritto di approvare o rifiutare eventuali richieste di modifica del Reclutatore e di correggere eventuali errori ivi connessi in qualsiasi momento e in qualunque modo ritenuto necessario.

7.5. Modifica dell'Organizzazione

a. Nel caso in cui intenda trasferire delle Organizzazioni, il Brand Partner dovrà inoltrare una lettera di dimissioni al Servizio Clienti di Amare Global; il Brand Partner dovrà altresì mantenersi inattivo (non effettuare ordini e non essere iscritto al programma Subscribe & Save) per un periodo di sei (6) mesi dal ricevimento di tale comunicazione prima di avere diritto a iscriversi nuovamente con un differente Sponsor/Posizionamento. Per i livelli Gold o superiori, la durata di tale periodo è fissata a dodici (12) mesi.
b. Amare Global si riserva il diritto di approvare o rifiutare qualsiasi richiesta di nuova iscrizione successiva alle dimissioni di un Brand Partner.
c. In caso di approvazione della nuova iscrizione, al Brand Partner sarà attribuito un nuovo numero identificativo Amare Global e gli sarà richiesto di inoltrare un nuovo Accordo di Nomina. Il Brand Partner non avrà il diritto di mantenere alcun precedente livello o Downline né avrà diritto ad alcuna provvigione rispetto a qualsiasi Organizzazione precedente.

7.6. Vendita, cessione o delega di proprietà

a. Il Brand Partner di Amare Global non potrà vendere, trasferire o cedere i propri diritti né delegare la propria posizione di Brand Partner senza il previo consenso scritto di Amare Global, il quale consenso non sarà irragionevolmente negato. Qualsiasi tentativo di vendita, trasferimento, cessione o delega in assenza di tale consenso potrà essere annullato a discrezione di Amare Global.
b. Nel caso in cui la vendita sia approvata da Amare Global, l'acquirente/consegnatario/cessionario (di seguito "Acquirente") assumerà la posizione e il titolo del venditore/conferente/cedente (di seguito "Venditore") a cui questi è al momento qualificato e l'attuale "livello di compensi" raggiunto al momento della vendita, acquisendo altresì l'Organizzazione del Venditore.
c. Per richiedere l'autorizzazione alla vendita, trasferimento o cessione di un'attività di distribuzione Amare Global, il team di Compliance di Amare dovrà ricevere quanto segue:
    1. Un modulo di vendita/trasferimento di distribuzione debitamente compilato, con le firme richieste;
    2. Una copia del contratto firmato e datato tra il Venditore e l'Acquirente;
    3. Una copia dell'Accordo di Nomina debitamente compilato e firmato dall'Acquirente;

4. Il pagamento di una commissione amministrativa di Euro 200 (IVA esclusa);
5. Ogni ulteriore documentazione di supporto eventualmente richiesta da Amare Global.

d. Eventuali obblighi di debito che il Venditore o l'Acquirente potrebbero avere nei confronti di Amare Global dovranno essere soddisfatti prima dell'approvazione della vendita, del trasferimento o della cessione da parte di Amare Global.

e. Il Brand Partner che vende la propria attività di distribuzione non ha diritto ad iscriversi nuovamente come Brand Partner in qualsiasi Organizzazione per i sei (6) mesi interi di calendario successivi alla data della vendita, salvo se diversamente stabilito nel presente Manuale delle Politiche. Per i livelli Gold o superiori, la durata di tale periodo è fissata a dodici (12) mesi.

7.7. Divorzio di un Brand Partner

a. I Brand Partner di Amare talvolta gestiscono le loro attività Amare in collaborazione con il coniuge ed è quindi necessario prendere accordi per garantire che qualsiasi separazione sia effettuata in modo da non influire negativamente sugli interessi e compensi di altre attività a monte o a valle della sponsorizzazione. Qualora le parti oggetto della separazione non siano in grado di garantire il miglior interesse degli altri Brand Partner e della Società, Amare avrà il diritto di risolvere unilateralmente l'Accordo di Nomina.

b. In attesa del pronunciamento della sentenza del divorzio, le parti dovranno adottare una delle seguenti modalità operative:
   1. Una delle parti potrà, con il consenso dell'altra parte, gestire l'attività di Amare ai sensi di un atto scritto con cui il coniuge cedente autorizza Amare a trattare direttamente ed esclusivamente con l'altro coniuge.
   2. Le parti potranno continuare a gestire congiuntamente l'attività di Amare, nel qual caso tutti i compensi corrisposti da Amare saranno comunque corrisposti all'individuo che ha sottoscritto originariamente il Contratto di Nomina.
   3. Qualora le parti non giungano a un accordo reciproco riguardo all'assegnazione dell'attività prima del pronunciamento della sentenza di divorzio, la Società tratterà l'attività secondo la situazione preesistente prima della domanda di divorzio.
   4. Una volta completata la procedura di divorzio, il coniuge che aveva rinunciato all'attività potrà immediatamente iscriversi nuovamente con il Reclutatore e lo Sponsor di sua scelta. In tal caso, tuttavia, l'ex coniuge non avrà alcun diritto né potrà contattare alcun Brand Partner o Cliente Attivo nella precedente Organizzazione e dovrà sviluppare una nuova attività così come qualsiasi nuovo Brand Partner di Amare Global.

c. In nessun caso l'Organizzazione di Downline dei coniugi divorziati sarà suddivisa tra gli stessi. Analogamente, in nessun caso Amare ripartirà le provvigioni e i pagamenti dei bonus tra i coniugi divorziati. Amare riconoscerà una sola Organizzazione di Downline ed effettuerà un solo pagamento di provvigioni per attività Amare per periodo provvigionale. I pagamenti delle provvigioni saranno sempre effettuati allo stesso individuo. Nel caso in cui le parti coinvolte in un procedimento di divorzio non siano in grado di risolvere una controversia riguardo all'attribuzione delle provvigioni e della proprietà dell'attività, l'Accordo di Nomina sarà oggetto di cancellazione involontaria.

d. Nel caso in cui un ex coniuge abbia rinunciato completamente a tutti i diritti sulla propria attività Amare originaria, tale individuo sarà successivamente libero di svolgere l'attività di sponsorizzazione con qualsiasi Sponsor di sua scelta, purché soddisfi i requisiti del periodo di inattività qui stabiliti. In tal caso, tuttavia, l'ex coniuge non avrà alcun diritto su alcun Brand Partner della precedente Organizzazione né su qualsiasi precedente Cliente. L'ex coniuge dovrà sviluppare la nuova attività così come qualsiasi nuovo Brand Partner.

7.8. Successione

a. In caso di decesso di un singolo Brand Partner, la sua attività potrà essere trasferita agli eredi. La Società dovrà ricevere la documentazione adeguata ai sensi della legislazione locale in modo da garantire che il trasferimento sia corretto. Pertanto, è consigliabile che il Brand Partner si consulti con un legale per predisporre il proprio testamento o qualunque altra disposizione testamentaria in linea con quanto richiesto dalla legislazione locale. Ogniqualvolta un'attività Amare sia trasferita mediante testamento o altra disposizione testamentaria secondo quanto richiesto dalla legislazione locale, il beneficiario acquisirà il diritto di riscuotere tutti i bonus e provvigioni dell'Organizzazione del Brand Partner deceduto purché siano soddisfatti i requisiti elencati di seguito. Il successore (o successori) dovrà:

- Sottoscrivere un nuovo Accordo di Nomina;
- Rispettare i termini e le disposizioni dell'Accordo; e
- Soddisfare tutti i requisiti per lo stato del Brand Partner deceduto.

b. I pagamenti dei bonus e delle provvigioni di un'attività Amare trasferita ai sensi della presente sezione saranno corrisposti in un unico pagamento congiunto ai beneficiari. I beneficiari dovranno fornire ad Amare un indirizzo al quale saranno inviati tutti i pagamenti dei bonus e delle provvigioni.

c. Nel caso in cui il successore sia già un Brand Partner, Amare Global consentirà a tale Brand Partner di mantenere attiva la propria attività di distribuzione in aggiunta a quella ereditata per un periodo massimo di sei (6) mesi. Una volta decorso il suddetto periodo di 6 mesi, il Brand Partner dovrà aver compresso (se del caso), venduto o altrimenti trasferito la distribuzione esistente o quella ereditata.

d. Qualora desideri cancellare la distribuzione Amare Global, il successore dovrà presentare una dichiarazione autenticata attestante la propria volontà di risolvere l'accordo di distribuzione, unitamente a una copia autenticata del certificato di morte, della nomina a fiduciario e/o qualsiasi altra documentazione adeguata ai sensi di legge.

e. Su richiesta scritta, Amare Global potrà concedere un periodo di grazia per lutto di un (1) mese ed effettuare i pagamenti all'ultimo livello di compensi.

7.9. Sopravvenuta incapacità di un Brand Partner

In caso di sopravvenuta incapacità e/o interdizione e/o inabilitazione di un Brand Partner ai sensi della Legge Italiana, con conseguente nomina di un tutore e/o amministratore di sostegno dovrà inviare all'Azienda copia autentica del relativo provvedimento di nomina del medesimo emesso dall'Autorità competente.

In caso di trasferimento a terzi dell'attività Amare del Brand Partner incapace e/o interdetto e/o inabilitato, dovrà essere inviata a Amare copia autentica del relativo provvedimento autorizzativo emesso dall'Autorità competente, nonché ogni altro documento richiesto dalla Legge Italiana idoneo a dare prova del trasferimento di cui innanzi e della validità dello stesso. Resta, comunque, inteso che il soggetto al quale dovesse essere trasferita l'attività Amare dovrà, a sua volta, sottoscrivere apposito Contratto di Nomina ed essere in possesso dei necessari equisiti per lo svolgimento dell'attività di Incaricato alle Vendite a Domicilio in Italia.

8. Dichiarazioni e azioni non autorizzate

8.1. Indennizzi

Il Brand Partner è pienamente responsabile di tutte le proprie dichiarazioni verbali e scritte relative ai prodotti di Amare e al Piano di Compensi di Amare Global non espressamente contenute nei materiali ufficiali di Amare. Il Brand Partner si impegna a risarcire e mantenere indenni Amare e i suoi amministratori, funzionari, dipendenti e agenti da qualsiasi responsabilità, tra cui sentenze, sanzioni civili, rimborsi, spese legali, spese giudiziarie o perdita di affari, sostenuta da Amare in conseguenza di dichiarazioni o azioni non autorizzate del Brand Partner. Questa disposizione sopravvivrà alla risoluzione dell'Accordo di Nomina.

8.2. Dichiarazioni sui prodotti

a. Non è consentita alcuna dichiarazione (comprese testimonianze personali) in merito a proprietà terapeutiche, curative o benefiche di qualsiasi prodotto offerto da Amare, fatta eccezione per quanto contenuto nella documentazione ufficiale di Amare applicabile al paese a cui è destinata la vendita. Nello specifico, nessun Brand Partner potrà affermare che i prodotti di Amare siano utili per curare, trattare, diagnosticare, attenuare o prevenire eventuali patologie. Queste affermazioni possono essere percepite come dichiarazioni di natura medica o farmaceutica. Queste affermazioni non soltanto violano le politiche di Amare, ma sono potenzialmente pericolose e potrebbero violare diverse leggi sovranazionali, nazionali e locali.

b. Nel discutere i benefici dei prodotti di Amare Global, il Brand Partner dovrà rilasciare soltanto le dichiarazioni consentite dall'etichetta del prodotto o dai materiali di marketing di Amare e dovrà accompagnare tutte le dichiarazioni, comprese le storie personali e di prodotto, con il seguente disclaimer: "Questo prodotto non è destinato a diagnosticare, trattare, curare o prevenire alcuna malattia."

c. Il Brand Partner non dovrà rilasciare alcuna dichiarazione di natura medica riguardo a un prodotto né prescrivere alcun prodotto di Amare Global per il trattamento di qualsiasi disturbo poiché ciò implicherebbe che i prodotti siano dei farmaci piuttosto che degli integratori nutrizionali. Nel descrivere

i prodotti di Amare Global, il Brand Partner non dovrà rilasciare alcuna dichiarazione di natura curativa o farmaceutica. Questi prodotti non dovranno mai essere paragonati ai prodotti farmaceutici utilizzati per il trattamento di malattie o condizioni specifiche.

d. Nella promozione dei prodotti o servizi di Amare Global, il Brand Partner dovrà dichiarare di essere un Brand Partner di Amare che percepisce dei bonus e delle provvigioni da Amare Global.

8.3. Dichiarazioni relative ai Compensi

a. Nel loro entusiasmo nello sponsorizzare potenziali Brand Partner, alcuni Brand Partner sono talvolta tentati dal rilasciare dichiarazioni riguardo ai compensi o alle entrate per dimostrare il potere intrinseco del Network Marketing. Ciò è controproducente poiché i nuovi Brand Partner potrebbero rimanere delusi molto rapidamente nel caso in cui i loro risultati non siano così significativi o rapidi come quelli di altri. In Amare crediamo fermamente che le entrate potenziali di Amare siano sufficienti per attirare le persone, senza necessità di riferire quanto ottenuto da altri. Inoltre, le legislazioni nazionali e locali spesso disciplinano, o addirittura vietano, alcuni tipi di dichiarazioni riguardo ai compensi e alle testimonianze di persone impegnate nel Network Marketing.

b. Il Brand Partner dovrà specificare chiaramente che il Piano di Compensi si basa sulle vendite dei prodotti e servizi di Amare Global ai consumatori finali e sulla sponsorizzazione di altri Brand Partner.

c. Benché il Brand Partner possa ritenere utile fornire copie di pagamenti o rivelare i compensi propri o di altri, questo tipo di approccio ha conseguenze legali che potrebbero avere un impatto negativo su Amare e sul Brand Partner in questione, salvo nel caso in cui tali dichiarazioni di compensi siano accompagnate dalle opportune informazioni richieste ai sensi di legge. Non avendo a disposizione i dati necessari per conformarsi ai requisiti giuridici in materia di dichiarazioni sui compensi, il Brand Partner, nel momento in cui presenta o discute l'opportunità di Amare o il Piano di Compensi di Amare Global a un potenziale Brand Partner, non potrà fare previsioni di reddito, dichiarazioni sui compensi o rivelare le entrate che ha percepito da Amare (né potrà mostrare ricevute di pagamenti, copie di pagamenti, estratti conto o documenti fiscali).

d. Il Brand Partner non dovrà lasciar fraintendere né omettere alcun fatto significativo riguardo al Piano di Compensi né potrà rilasciare dichiarazioni sullo stile di vita legato alle entrate. Una dichiarazione sullo stile di vita legato alle entrate è una dichiarazione o descrizione che implica che il Brand Partner è in grado di condurre di uno stile di vita lussuoso o di successo grazie alle entrate percepite con la propria attività Amare Global. Esempi di dichiarazioni non consentite sullo stile di vita comprendono, ma non sono limitate a, i seguenti tipi di dichiarazioni:
    1. il Brand Partner (o il suo coniuge) ha potuto lasciare il proprio impiego.
    2. il Brand Partner è stato in grado di sostituire il proprio reddito da lavoro.
    3. il Brand Partner ha potuto pagare la scuola privata o l'istruzione universitaria del figlio grazie ai compensi di Amare Global.
    4. il Brand Partner ha potuto acquistare beni materiali costosi o di lusso (per esempio case, autovetture, gioielli, barche, camper ecc.).
    5. grazie ai compensi percepiti da Amare Global, il Brand Partner ha potuto trascorrere le vacanze in mete esotiche o di lusso.

    Le suddette restrizioni riguardo alle dichiarazioni sui compensi si applicano alle presentazioni di persona e ai materiali promozionali distribuiti dal Brand Partner, compresi i post sui social media.

e. Per spiegare il funzionamento del Piano di Compensi di Amare Global, ai potenziali Brand Partner è consentito fornire degli esempi di reddito ipotetico basati esclusivamente su proiezioni matematiche, purché il Brand Partner che utilizza tali esempi ipotetici (1) chiarisca ai potenziali Brand Partner che si tratta di guadagni ipotetici; e (2) fornisca a ciascun potenziale Brand Partner una copia aggiornata della Dichiarazione ufficiale sui compensi di Amare.

f. Per contro, il Brand Partner non dovrà mai dichiarare che è possibile avere successo senza un impegno adeguato e costante. A questo proposito, esempi di dichiarazioni errate includono, ma non si limitano a:
    1. Si tratta di un sistema "chiavi in mano".
    2. Il sistema fa il lavoro al posto tuo.
    3. Devi solo iscriverti e la tua downline si svilupperà autonomamente.
    4. Iscriviti e costruirò io la tua downline.
    5. La Società fa tutto il lavoro al posto tuo.
    6. Non devi vendere nulla.
    7. Devi solo acquistare i tuoi prodotti ogni mese.

Quanto sopra è soltanto un esempio di dichiarazioni improprie riguardo al Piano di Compensi e al programma della Società. Il Brand Partner dovrà astenersi dal rilasciare queste o altre dichiarazioni che potrebbero indurre un potenziale cliente a ritenere che il successo come Brand Partner non richieda impegno, sforzi e abilità di vendita.

8.4. Divieto di politiche di prezzo predatorie

Il Brand Partner deve proporre ai consumatori i prodotti Amare al prezzo pubblicato sul sito web di Amare alla data della vendita.

9. Conflitto di interesse

9.1. Non sollecitazione

a. Il Brand Partner di Amare Global potrà partecipare in qualsiasi momento ad altre iniziative imprenditoriali od opportunità di vendita diretta, multilevel marketing, network marketing o marketing relazionale. Tuttavia, per l'intera durata del presente Accordo e per il successivo periodo di tempo di un (1) anno, il Brand Partner di Amare Global non potrà reclutare alcun Brand Partner o Cliente di Amare Global per qualsiasi altra attività di vendita diretta o Network Marketing, salvo nel caso in cui quel Brand Partner o Cliente sia stato personalmente sponsorizzato da tale Brand Partner.
b. Il termine "reclutare" indica l'effettiva o tentata sollecitazione, iscrizione, invito o atto volto a indurre in qualsiasi modo (sia direttamente che tramite terzi) un altro Brand Partner o Cliente a iscriversi o prendere parte a qualsiasi vendita diretta od opportunità di Network Marketing, ovvero pubblicizzare un'altra opportunità sulla medesima pagina web o account di social media su cui il Brand Partner promuove i prodotti o l'opportunità di Amare.
c. La violazione di una qualsiasi delle disposizioni della presente sezione costituirà un'interferenza contrattuale irragionevole e ingiustificata tra Amare Global e i suoi Brand Partner e determinerebbe un danno irreparabile per Amare Global. In questo caso, Amare Global potrà, a propria assoluta discrezione, adottare qualsiasi azione disciplinare ritenuta necessaria e opportuna nei confronti di tale Brand Partner o della posizione di tale Brand Partner.

9.2. Prodotti e opportunità concorrenti

a. Il Brand Partner potrà promuovere altri prodotti sulle medesime pagine web e annunci pubblicitari tramite cui effettua la vendita dei prodotti di Amare Global. Tuttavia, il Brand Partner non potrà vendere sulle medesime pagine web e annunci pubblicitari altri prodotti di multilevel marketing analoghi ai prodotti di Amare Global. Il Brand Partner non potrà esporre o raggruppare prodotti o servizi di Amare Global, nella documentazione di vendita, su un sito web o in occasione di riunioni di vendita, con altri prodotti o servizi; ciò al fine di evitare di generare confusione o indurre in errore un potenziale Cliente o Brand Partner facendogli credere che vi sia una relazione tra i prodotti e servizi di Amare Global e quelli di altre aziende.
b. La violazione di una qualsiasi delle disposizioni della presente sezione costituirà un'interferenza contrattuale irragionevole e ingiustificata tra Amare Global e i suoi Brand Partner e determinerebbe un danno irreparabile per Amare Global. In questo caso, Amare Global potrà, a propria assoluta discrezione, adottare qualsiasi azione disciplinare ritenuta necessaria e opportuna nei confronti di tale Brand Partner o della posizione di tale Brand Partner.

9.3. Reclutamento incrociato

a. Il reclutamento incrociato o il tentato reclutamento incrociato sono strettamente vietati. Per reclutamento incrociato si intende la sollecitazione, l'iscrizione o la sponsorizzazione di un individuo o Entità Commerciale che ha già sottoscritto con Amare un Accordo di Nomina in qualità di Cliente o Brand Partner Indipendente all'interno di un'altra linea di sponsorizzazione, ovvero che aveva sottoscritto tale Accordo di Nomina nei sei mesi precedenti (12 mesi nel caso di un precedente Brand Partner che aveva raggiunto il livello Gold), all'interno di un'altra linea di sponsorizzazione. L'utilizzo del nome del coniuge o di un familiare ovvero di nomi commerciali, nomi presunti, società, partnership, trust, numeri identificativi federali o numeri identificativi fittizi allo scopo di aggirare la presente Politica è vietato. Il Brand Partner non dovrà sminuire, screditare o diffamare altri Brand Partner Amare nel tentativo di indurre un Brand Partner ad entrare a far parte della propria Organizzazione di vendita.
b. Qualora siano evidenziati dei casi di reclutamento incrociato, ciò andrà immediatamente portato all'attenzione della Società. Amare avrà il diritto di adottare azioni disciplinari nei confronti del Brand Partner che ha cambiato Organizzazione e/o dei Brand Partner che hanno incoraggiato o preso parte

al reclutamento incrociato. Amare avrà altresì il diritto di spostare nuovamente tutta o parte della Downline dei Brand Partner coinvolti nell'Organizzazione di Downline originaria, ove lo ritenga equo e fattibile. Tuttavia, Amare non avrà alcun obbligo di spostare l'Organizzazione di Downline del Brand Partner oggetto di reclutamento incrociato e la decisione definitiva riguardo all'Organizzazione resterà ad assoluta discrezione di Amare. Il Brand Partner rinuncia a qualsiasi pretesa o azione legale nei confronti di Amare derivante da, o relativa alla decisione riguardo all'Organizzazione di Downline del Brand Partner oggetto di reclutamento incrociato.

c. La presente Politica non vieta il trasferimento di un'attività Amare Global in conformità alle disposizioni in materia di vendita o trasferimento stabilite nel presente documento.

9.4. Divieto di sponsorizzazione non etica

a. Le attività di sponsorizzazione non etica comprendono, a titolo meramente esemplificativo, l'offerta o il coinvolgimento in atti o pratiche sleali, fraudolente o ingannevoli nel tentativo di reclutare un individuo come Brand Partner o nel tentativo di acquisire un potenziale cliente o un nuovo Brand Partner da un altro Brand Partner.
b. Eventuali segnalazioni di sponsorizzazione non etica dovranno essere inoltrate per iscritto al team di Compliance di Amare Global entro i primi 90 giorni dall'iscrizione. Qualora le segnalazioni siano fondate, Amare Global potrà trasferire il Brand Partner o la Downline del Brand Partner a un altro Sponsor, Posizionamento od Organizzazione senza necessità di approvazione da parte degli Sponsor o Brand Partner al momento posizionati nella Upline. In questi casi, la decisione finale spetterà esclusivamente ad Amare Global.
c. Amare Global vieta lo "stacking". Lo stacking è la manipolazione non autorizzata del sistema di compensi di Amare Global e/o del piano di marketing allo scopo di generare provvigioni o favorire la promozione di un Brand Partner della Downline in modo immeritato. Un esempio di stacking si verifica quando uno Sponsor posiziona i partecipanti in una Downline inattiva a loro insaputa allo scopo di ottenere una qualifica immeritata. Lo stacking è un comportamento non etico e inaccettabile e, come tale, costituisce un reato punibile con misure che possono arrivare alla risoluzione dell'Accordo di Nomina dell'Incaricato alle Vendite Indipendente di tutti i soggetti e/o entità risultati direttamente coinvolti.
d. Nel caso in cui il Brand Partner sia coinvolto in atti di sollecitazione e/o persuasione di membri di un'altra società di vendita diretta allo scopo di indurli a vendere o distribuire prodotti e servizi di Amare Global, il Brand Partner si esporrà al rischio di essere citato in giudizio dall'altra società di vendita diretta. Qualora sia intentata qualsiasi causa legale, arbitrato o mediazione nei confronti di un Brand Partner per presunte attività di reclutamento inappropriato della forza di vendita o dei Clienti di un'altra società, Amare Global non si farà carico di alcun costo di difesa o spesa legale del Brand Partner né risarcirà il Brand Partner a fronte di qualsiasi sentenza, lodo o transazione. Il Brand Partner è il solo responsabile della comprensione delle politiche e delle procedure dell'altra società di vendita diretta.
e. L'utilizzo non autorizzato del nome del coniuge o di un familiare, di nomi commerciali, nomi presunti, nomi aziendali fittizi, società, partnership, trust, numeri identificativi federali o numeri di identità fittizi allo scopo di eludere o aggirare questa o qualsiasi politica identificata nel presente Accordo è vietato.

10. Marketing internazionale

a. Il Brand Partner è autorizzato a vendere i prodotti di Amare e ad iscrivere Clienti o sponsorizzare Brand Partner esclusivamente nei paesi in cui Amare è autorizzata ad operare, come specificato nella documentazione aziendale ufficiale. Nei paesi in cui Amare è autorizzata ad effettuare vendite e a condurre attività tramite i Brand Partner, il Brand Partner dovrà conformarsi alle norme di Amare specifiche per quel singolo paese. Tali norme potrebbero variare tra i singoli paesi e il Brand Partner è tenuto a conoscere le norme appropriate per il paese e le sedi in cui intende svolgere l'attività. Le informazioni specifiche per paese potrebbero essere di volta in volta riassunte in un addendum delle presenti Politiche e Procedure per l'utilizzo a livello locale.
b. Al Brand Partner è fatto divieto di importare o favorire l'importazione di prodotti, servizi o campioni di prodotti della Società in paesi non autorizzati.
c. Il Brand Partner dovrà rispettare le normative locali in materia di uso personale e libero scambio.
d. Al Brand Partner è fatto divieto di svolgere attività con soggetti presenti nella lista SDN (Specially Designated Nationals and Blocked Persons) stilata dall'Office of Foreign Asset Control statunitense (OFAC) o con individui ubicati in paesi oggetto di sanzioni.
e. In aggiunta agli ulteriori rimedi stabiliti nell'Accordo, il Brand Partner che violi la presente Politica in materia di marketing internazionale potrebbe dover rinunciare a partecipare al mercato internazionale in questione per un

periodo determinato da Amare Global. I divieti derivanti da tale violazione comprendono, a titolo meramente esemplificativo:

1. Il Brand Partner potrebbe non disporre dei diritti di distribuzione/sponsorizzazione internazionale nel mercato internazionale in questione;
2. Il Brand Partner e/o la sua Upline potrebbero non avere diritto ai bonus generati dall'Organizzazione del Brand Partner nel mercato internazionale in questione;
3. Il Brand Partner potrebbe non ricevere riconoscimenti in occasione di eventi aziendali o nel materiale aziendale, in relazione all'apertura ufficiale di qualsiasi nuovo mercato secondo quanto ritenuto opportuno da Amare Global.

11. Responsabilità del Brand Partner

11.1. Modifica delle informazioni di contatto

a. Al fine di garantire la consegna puntuale dei prodotti e materiali di supporto e i pagamenti delle provvigioni, è estremamente importante che i dati in possesso di Amare sia aggiornati. Il Brand Partner è tenuto a mantenere aggiornati tutti gli indirizzi (compresi gli indirizzi di posta elettronica), recapiti telefonici e informazioni personali. Il Brand Partner potrà effettuare eventuali aggiornamenti direttamente nel suo Back Office oppure, in alternativa, inoltrare le modifiche richieste al Servizio Clienti.

b. Al fine di garantire la consegna corretta di tutti gli ordini, tutte le modifiche dovranno essere comunicate con un preavviso ragionevole (non interiore a 30 (trenta) giorni) rispetto alla data in cui avrà luogo l'effettiva modifica dell'indirizzo o del recapito telefonico. Al Brand Partner potrebbe essere addebitata una commissione di Euro 16 in caso di spedizioni restituite al mittente in conseguenza di un indirizzo di spedizione errato.

11.2. Formazione continua

Al fine di cogliere al meglio le opportunità offerte da Amare, si consiglia al Brand Partner che sponsorizza un altro Brand Partner di svolgere attività di assistenza e formazione in favore dei Brand Partner facenti parte della propria downline. Si consiglia, altresì, ai Brand Partner di mantenere costantemente contatti e flussi di comunicazioni con i Brand Partner della propria downline. Esempi di suddetti contatti e comunicazioni possono includere, ma non sono limitati a: newsletter, corrispondenza per iscritto, riunioni, conferenze telefoniche, invio di posta elettronica e la partecipazione a riunioni e meeting Amare, nonché a corsi di formazione. Infine, si consiglia ai Brand Partner della upline di svolgere attività di motivazione e formazione in favore dei nuovi Brand Partner per quanto riguarda la conoscenza dei prodotti Amare, le tecniche di vendita, il Piano Compensi, il rispetto delle presenti Politiche e Procedure e delle leggi applicabili. I Brand Partner devono inoltre monitorare i Brand Partner della propria downline per assicurarsi che questi non reclamizzino in maniera impropria e, comunque, non consentita, i prodotti Amare o l'opportunità Amare, né siano coinvolti in qualsivoglia attività illecita o inappropriata.

11.3. Responsabilità

A prescindere dal livello raggiunto ogni Brand Partner sa che deve continuare a svolgere attività di promozione della vendita dei prodotti, ed è, quindi, di fondamentale importanza continuare a trovare nuovi Clienti e coltivare e servire i Clienti già acquisiti con professionalità e costanza.

11.4. Atti denigratori

a. Amare è impegnata a fornire ai propri Brand Partner Indipendenti i prodotti, il Piano di Compensi e i servizi migliori del settore. Pertanto, Amare accoglie con favore eventuali critiche e commenti costruttivi che andranno inoltrati per iscritto al team responsabile dei Servizi per il Brand Partner. Per poter offrire il servizio migliore, Amare ha bisogno di conoscere l'opinione dei propri Brand Partner. Benché Amare incoraggi le critiche costruttive, eventuali commenti negativi e osservazioni fatte sul campo dal Brand Partner riguardo ai Brand Partner di Amare Global, i nostri prodotti o servizi, il Piano di Compensi oppure gli amministratori, funzionari, dipendenti, fornitori o agenti di Amare Global hanno il solo risultato di minare l'entusiasmo degli altri Brand Partner di Amare.

b. Allo stesso modo, screditare la concorrenza crea un ambiente negativo che danneggia il settore e può quindi danneggiare anche Amare. Per questo motivo, e per dare il buon esempio alla propria Downline, il Brand Partner non dovrà rilasciare commenti denigratori nei confronti della Società e dei suoi prodotti né nei confronti delle aziende concorrenti e dei loro prodotti. Amare si riserva il diritto di agire contro il Brand Partner il cui comportamento personale a tale riguardo si riveli dannoso e nocivo per

Amare. Eventuali reclami, critiche e commenti riguardanti Amare Global dovranno essere indirizzati al team di Compliance all'indirizzo: compliance.eur@amare.com.

11.5. Segnalazione di violazioni delle politiche

Il Brand Partner che rilevi delle violazioni di una Politica da parte di un altro Brand Partner è incoraggiato a inoltrare una segnalazione scritta delle violazioni direttamente al team di Compliance di Amare. La segnalazione dovrà includere i dettagli delle presunte violazioni, tra cui le date, il numero di casi, le persone coinvolte e l'eventuale documentazione di supporto.

12. Vendite

12.1. Vendite di prodotti

Il Piano di Compensi di Amare Global si basa sulla vendita dei prodotti di Amare ai Clienti finali. Per avere diritto a bonus, provvigioni e avanzamenti a livelli più alti, il Brand Partner dovrà soddisfare i requisiti della vendita al dettaglio, sia personalmente sia per quanto riguarda la sua Organizzazione di Downline (oltre ad adempiere alle altre responsabilità stabilite nell'Accordo).

12.2. Ricevute di vendita

Amare invita tutti i Brand Partner a fornire ai Clienti copie della fattura d'acquisto Amare. Inoltre il Brand Partner è tenuto ad illustrare il diritto di recesso prima della conclusione di vendita del prodotto, nonché la Garanzia di soddisfazione. Amare archivierà la documentazione inerente agli acquisti di Brand Partner diretti e Clienti mentre i Brand Partner sono tenuti a conservare ogni ricevuta di acquisto al dettaglio per i due anni successivi all'acquisto e a fornirla a Amare dietro richiesta della stessa. I Brand Partner sono altresì tenuti a registrare la documentazione relativa alle transazioni del Brand Partner in conformità ai requisiti richiesti dalla normativa applicabile.

13. Bonus e provvigioni

13.1. Qualifiche ai bonus e provvigioni

Per poter ricevere bonus e commissioni, il Brand Partner deve essere attivo ed operare in conformità al Contratto, nonché alle Politiche e Procedure ed al Piano Compensi. Amare verserà al Brand Partner le commissioni ed i bonus eventualmente maturati dal medesimo in ossequio a quanto previsto dal Piano Compensi. Per ragioni amministrative e di economia quanto ai costi delle operazioni di pagamento, l'importo minimo per l'emissione di assegno circolare da parte di Amare, intestato al Brand Partner, è di EUR 20. Se i bonus e le commissioni del Brand Partner in questione non sono uguali o superiori a EUR 20, l'Azienda tratterrà commissioni e bonus maturati fino al raggiungimento dell'importo di EUR 20. Il pagamento di tali commissioni e bonus sarà, quindi, effettuato in favore del Brand Partner al raggiungimento dell'ammontare di EUR 20 anzidetto. Politiche di pagamento per bonus e commissioni in valute diverse dall'Euro saranno stabilite ad hoc dall'Azienda.

13.2. Calcolo delle provvigioni e discrepanze

I Brand Partner ricevono bonus e commissioni sulla base della vendita di prodotti a consumatori finali. In caso di restituzione, da parte di un consumatore finale, di un prodotto a Amare per recesso o altra ipotesi di restituzione consentita, o in caso di riacquisto da parte dell'Azienda, bonus e commissioni attribuibili al prodotto/ai prodotti restituiti o riacquistati saranno dedotti nel mese dell'erogazione del rimborso e in ogni periodo di pagamento successivo fino alla completa restituzione della somma da parte del Brand Partner che aveva ricevuto bonus o commissioni per la vendita dei prodotti rimborsati. Nel caso di cessazione del Contratto, qualora i bonus o commissioni relativi ai prodotti restituiti non siano ancora stati riscossi dall'Azienda, il saldo restante potrà essere dedotto in compensazione dall'Azienda da qualsivoglia cifra spettante al Brand Partner in questione.

13.3. Inclusione in un Periodo di Bonus

Ai fini della sua inclusione nei calcoli dei bonus e delle qualifiche, il Brand Partner dovrà essere approvato e considerato attivo entro l'ultimo giorno del Periodo di Bonus in questione. Ai fini della loro inclusione nei calcoli dei bonus e delle qualifiche, il pagamento dei prodotti acquistati dovrà essere ricevuto entro il Periodo di Bonus in questione.

13.4. Riscatto di Crediti Amare

Nel caso in cui al Brand Partner siano assegnati dei Crediti Amare a titolo di rimborso (secondo quanto stabilito alla sezione 14 delle Politiche di rimborso) durante il Periodo di Bonus, il Volume Personale o i bonus pagati a fronte di tale ordine non saranno recuperati e continueranno ad essere considerati ai fini del calcolo per quel Periodo di Bonus. Tuttavia, al momento del riscatto di Crediti Amare per un ordine futuro, il Volume Personale degli ordini pagati con Crediti Amare sarà ridotto proporzionalmente della percentuale di ordine pagato tramite i Crediti Amare.

13.5. Reportistica sull'attività della Downline

Tutte le informazioni fornite da Amare nella reportistica sull'attività della Downline, sia online che telefonicamente, tra cui, a titolo meramente esemplificativo, il volume di vendite personali e di gruppo (o parte di esse), le attività di sponsorizzazione della Downline ed altre informazioni, sono ritenute accurate e affidabili. Tuttavia, in virtù di diversi fattori, tra cui la possibilità intrinseca di errori umani e meccanici, l'accuratezza, la completezza e la tempestività degli ordini, il rifiuto di carte di credito e pagamenti elettronici, i prodotti restituiti ovvero i riaddebiti su carte di credito e pagamenti elettronici, le informazioni non sono garantite da Amare o da chiunque crei o trasmetta le informazioni.

14. Garanzie di prodotto, resi e riacquisto di inventario

14.1. CLIENTI - Politica di recesso, Garanzia Soddisfatti o Rimborsati e Politica di reso

a. Amare offre una garanzia di rimborso di trenta (30) giorni (al netto delle spese di spedizione) su tutti i prodotti acquistati dai Clienti. Il periodo di 30 giorni ha inizio alla data in cui il Cliente riceve il prodotto. Il Cliente dovrà restituire ad Amare tutti i prodotti usati e inutilizzati. Una volta ricevuti i prodotti, il Centro di Distribuzione di Amare elaborerà tutti i resi e i rimborsi entro trenta giorni dal ricevimento degli stessi.
b. Nel caso in cui un ordine sia evaso in più spedizioni separate, il Cliente avrà il diritto di recedere dall'ordine entro 14 giorni dalla consegna dell'ultimo articolo. Il Cliente dovrà dichiarare esplicitamente la propria volontà di recesso. È disponibile un modulo di recesso il cui utilizzo non è tuttavia obbligatorio; qualsiasi dichiarazione inequivocabile (tra cui, per esempio, una e-mail o una lettera) sarà considerata valida ai fini del recesso. Per esercitare il proprio diritto di recesso, il Cliente dovrà inoltrare una richiesta di recesso entro il suddetto periodo di tempo di 14 giorni. La richiesta di recesso dovrà includere i seguenti dettagli:
    1. l'indirizzo del cliente;
    2. la descrizione dei prodotti;
    3. la data dell'ordine;
    4. qualsiasi numero di riferimento dell'ordine.

    Il Cliente dovrà provvedere alla restituzione di tutti gli articoli tempestivamente e, in ogni caso, entro 14 giorni dalla comunicazione alla Società della propria decisione di recedere dal contratto. Il Cliente sarà responsabile dei costi legati alla restituzione dei prodotti.
c. Effetti dei resi dei prodotti dei Clienti sul Brand Partner: Nel caso in cui desideri sostituire il prodotto reso dal Cliente, il Brand Partner dovrà contattare la Società entro 45 giorni dalla data originaria di acquisto in modo da avviare la procedura di cambio di un qualsiasi prodotto rivendibile descritta alla sezione 14.2.
d. Il Brand Partner prende atto che, qualora entro 30 giorni dall'acquisto del prodotto direttamente dalla Società il Cliente non sia soddisfatto per qualunque motivo, il Cliente potrà rivolgersi direttamente ad Amare ai fini del rimborso, contattando telefonicamente il team Customer Experience oppure inoltrando una richiesta via e-mail all'indirizzo: cs.it@amare.com. per richiedere il cambio o il rimborso del prodotto (o prodotti) acquistato. Il Brand Partner dovrà rispettare la scelta del Cliente e non dovrà tentare di convincerlo a rinunciare alla richiesta di rimborso.
e. Nel caso in cui un Cliente richieda un rimborso direttamente al Brand Partner, il Brand Partner dovrà inoltrare una Richiesta di Rimborso alla Società. Il Brand Partner dovrà calcolare l'importo del rimborso del Cliente, far firmare al Cliente la Richiesta di Rimborso ed effettuare immediatamente il rimborso al Cliente con la medesima modalità di pagamento utilizzata per l'acquisto del prodotto (o prodotti). Il Brand Partner dovrà quindi inviare ad Amare la Richiesta di Rimborso e una copia del Modulo d'Ordine originario del Cliente, unitamente alle etichette originali del prodotto ovvero alla parte non utilizzata del prodotto ovvero alle confezioni vuote del prodotto, entro 30 giorni dalla data in cui ha effettuato il

rimborso al Cliente. Amare provvederà quindi a sostituire il prodotto reso con un prodotto sostitutivo identico per il Brand Partner non appena avrà ricevuto tutta la documentazione richiesta.

14.2. BRAND PARTNER - Recesso e processo di riacquisto

a. Il Brand Partner ha a disposizione 14 giorni di calendario a partire dalla data di validità dell'Accordo di Nomina per chiedere il recesso senza incorrere in penali e senza doverne indicare il motivo, purché il Brand Partner informi Amare per iscritto della propria volontà di recesso prima della scadenza del suddetto termine.
b. La Società provvederà a rimborsare al Brand Partner tutte le somme pagate. Tutti i prodotti riutilizzabili e strumenti di vendita dovranno essere in condizione rivendibile ed essere resi entro 14 giorni dalla data di recesso.
c. Il Brand Partner Indipendente dovrà comunicare per iscritto alla Società la propria decisione di rescindere volontariamente il proprio Accordo. Tutti i prodotti dovranno essere restituiti entro 14 giorni dalla data di recesso. A condizione che l'acquisto del prodotto (o prodotti) da parte del Brand Partner non sia avvenuto in violazione dell'Accordo, si applicherà quanto segue:
    1. Riacquisto di prodotti (compresi i materiali promozionali e formativi, manuali aziendali e kit) in qualsiasi momento a partire dal quindicesimo giorno, ma entro 90 giorni dalla data di accettazione del proprio Accordo: il prezzo integrale del prodotto (IVA inclusa) a cui andranno detratti una commissione di gestione ragionevole e un eventuale importo che tenga conto della perdita di valore, se del caso. Nel caso in cui l'Accordo sia risolto dalla Società, le suddette detrazioni non saranno applicabili e la Società provvederà a rimborsare le ragionevoli spese di spedizione per la restituzione dei prodotti.
    2. Riacquisto di prodotti (compresi i materiali promozionali e formativi, manuali aziendali e kit) in qualsiasi momento a partire dal novantesimo giorno, ma entro un (1) anno dalla data di accettazione del proprio Accordo: un prezzo non inferiore al 90% del prezzo del prodotto (IVA inclusa) pagato dal Brand Partner per l'acquisto dello stesso a cui andranno detratte:
        (1) eventuali provvigioni, bonus o altri benefici ricevuti da colui che ha effettuato direttamente la vendita di tali prodotti;
        (2) eventuali somme dovute dal Brand Partner alla Società a qualsiasi titolo; e
        (3) una ragionevole commissione di gestione fino al 10% del prezzo pagato.
d. Il Kit Avvio attività sarà interamente rimborsabile nel caso in cui il Brand Partner rescinda la propria attività di distribuzione entro 30 giorni dal pagamento.
e. Le spese sostenute per la restituzione dei prodotti ad Amare saranno a carico del Brand Partner e non saranno rimborsate.
f. Per le finalità dell'Accordo, i prodotti oggetto di riacquisto includono tutti i prodotti fabbricati dalla Società, materiali promozionali, starter pack o altri strumenti di vendita che il Brand Partner abbia acquistato da Amare.
g. Le disposizioni in materia di riacquisto della presente sezione non si applicano ai prodotti non correntemente commercializzabili. I prodotti correntemente commercializzabili non includono i prodotti scaduti, con sigillo di sicurezza danneggiato o rimosso, aperti o parzialmente consumati, non più commercializzati dalla Società oppure prodotti di natura stagionale o prodotti oggetto di promozionali speciali.
h. Eventuali ordini di strumenti personalizzati di vendita stampati (per esempio biglietti da visita, brochure ecc..) in cui le informazioni di contatto del Brand Partner siano state incorporate o stampate ovvero aggiunte dal Brand Partner non sono considerati correntemente commercializzabili e non sono quindi rimborsabili.
i. Nel caso in cui il Brand Partner ometta di reclamare i prodotti (per esempio a causa di ordine rifiutato, indirizzo o recapito telefonico errati, mancata consegna o per qualsiasi altra ragione) e gli stessi vengano successivamente riacquistati o rimborsati ai sensi di quanto qui stabilito, al Brand Partner saranno addebitati costi amministrativi pari a Euro 16 (+ IVA) e il Brand Partner resterà responsabile dei costi sostenuti per la spedizione dei prodotti al Brand Partner e per la restituzione degli stessi ad Amare.

14.3. Processo di reso

a. Tutti i resi, sia da parte di un Cliente sia da parte di un Brand Partner, dovranno essere effettuati in linea con la seguente procedura:
    1. Contattare il Servizio Clienti di Amare Global utilizzando le informazioni di contatto registrate per inviare la richiesta scritta di reso;

2. Ricevere da Amare Global l'autorizzazione alla restituzione della merce (Modulo RMA) contattando il Servizio Clienti;
3. Fornire le informazioni relative al proprio numero identificativo come Brand Partner di Amare Global, il numero di ordine e il motivo del reso, se del caso;
4. Leggere con attenzione le informazioni sul processo di reso fornite dal Servizio Clienti di Amare Global.

b. Salvo se diversamente specificato alle sezioni 14.1 e 14.2, tutti i prodotti dovranno essere spediti dal Brand Partner o dal Cliente ad Amare entro e non oltre 14 giorni dalla data di emissione del Modulo RMA. Tutte le spese di spedizione saranno a carico del Cliente o del Brand Partner. Per velocizzare il processo di reso, i prodotti dovranno essere inviati al seguente indirizzo: Landskronavägen 27 A, 252 32 Helsingborg - Svezia.
c. La lavorazione dei resi potrebbe richiedere fino a 14 giorni lavorativi.
d. Tutti i resi dovranno essere spediti ad Amare Global con spedizione prepagata, poiché Amare Global non accetta pacchi con pagamento in contrassegno. Amare Global raccomanda di restituire i prodotti con spedizione tracciata e assicurata poiché il rischio di perdita o danni durante la spedizione sarà esclusivamente a carico del Cliente o del Brand Partner. Nel caso in cui il prodotto reso non sia ricevuto presso il Centro di Distribuzione di Amare Global, l'onere del tracciamento della spedizione sarà responsabilità del Cliente o del Brand Partner e non sarà emesso alcun credito.
e. I resi non preventivamente autorizzati potrebbero non essere idonei al rimborso.
f. Se stai effettuando il reso di articoli parte di un ordine in cui era incluso un prodotto in omaggio all'acquisto e il valore del tuo ordine è inferiore all'importo necessario per ottenere il prodotto omaggio in seguito al reso, il prodotto ricevuto in omaggio deve essere restituito. Se il prodotto in omaggio all'acquisto non viene restituito, ti saranno addebitati i costi in base al valore di mercato dello stesso che saranno detratti come specificato di seguito: a) per i Brand Partner, dal pagamento delle sue provvigioni del mese successivo; b) per i Clienti, dall'importo totale del rimborso dovuto al Cliente. La presente politica si applica sia ai resi effettuati dai Brand Partner entro i 14 giorni del periodo di recesso e dai Clienti nell'ambito della garanzia di rimborso di 30 giorni, sia agli ordini successivi effettuati con un account già esistente.

14.4. Reso di prodotti danneggiati o spediti erroneamente

a. Nel caso in cui un Cliente o un Brand Partner riceva dei prodotti danneggiati o errati, Amare Global provvederà a sostituire i prodotti resi entro quindici (15) giorni dal ricevimento. I prodotti resi saranno sostituiti con i medesimi prodotti non danneggiati, ove possibile. Nel caso in cui il cambio non sia possibile, Amare Global si riserva il diritto di emettere un credito in favore del Cliente o Brand Partner per l'importo totale dei prodotti resi.
b. In caso di pacco danneggiato, il Brand Partner dovrà documentare l'accaduto con una fotografia in formato digitale da allegare alla comunicazione indirizzata alla Società così che questa possa verificare la presenza e l'entità del danno causato dal trasporto fisico dei prodotti da parte del corriere.

14.5. Adeguamenti delle provvigioni conseguenti a resi di prodotti ai sensi delle politiche di recesso, riacquisto o reso dei Clienti

a. Nel caso in cui un prodotto sia restituito ad Amare ai fini di un rimborso ovvero sia riacquistato dalla Società, al Brand Partner che aveva ricevuto bonus o provvigioni sulle vendite di tale prodotto sarà detratto l'importo di tali bonus o provvigioni a partire dal mese in cui è stato emesso il rimborso e nei periodi di pagamento successivi fino al recupero dell'importo completo.
b. Le detrazioni saranno effettuate nel mese in cui viene emesso il rimborso e continueranno in ogni periodo di pagamento successivo fino al recupero del bonus, delle provvigioni o del volume.
c. Nel caso in cui il Brand Partner interessato rescinda il proprio Accordo di Nomina e gli importi dei bonus o delle provvigioni attribuibili ai prodotti resi non siano stati ancora interamente recuperati dalla Società, la parte residua del saldo dovuto potrà essere compensata con eventuali importi dovuti al Brand Partner che ha effettuato il recesso. In aggiunta, Amare Global potrà, a sua esclusiva discrezione, ricorrere ad ulteriori opzioni per recuperare bonus in sospeso o saldi delle provvigioni non recuperati completamente.
d. Nel caso in cui una transazione per un prodotto o servizio sia oggetto di riaddebito da parte del processore di pagamento di Amare Global, i bonus e le provvigioni attribuibili al prodotto o al servizio saranno detratti dai Brand Partner che hanno ricevuto bonus o provvigioni su tali vendite. Le detrazioni saranno effettuate nel mese in cui viene ricevuto il riaddebito e continueranno in ogni periodo di pagamento successivo fino al recupero dei bonus e/o delle provvigioni. Inoltre, nel caso in cui un

Brand Partner avvii una transazione di riaddebito su un ordine che ha inoltrato, Amare Global avrà il diritto di recuperare eventuali provvigioni associate al riaddebito nonché di sospendere l'account del Brand Partner. Il volume che viene recuperato potrebbe non essere evidente tra il 28 del mese e il 3 del mese successivo, per dare modo al Brand Partner di comprendere il volume del suo livello alla fine di ogni mese.

15. Politica della privacy

15.1. Introduzione

Amare Global ha pubblicato una Politica della Privacy all'indirizzo https://www.amare.com/PrivacyPolicy.html allo scopo di descrivere il modo in cui raccoglie, utilizza e divulga i dati personali (la "Politica della Privacy"). La Politica della Privacy descrive e illustra il modo in cui Amare Global protegge i dati personali che raccoglie dai Clienti, Brand Partner, potenziali Clienti, potenziali Brand Partner e da altri soggetti. Registrandosi come Brand Partner e utilizzando o visitando il sito web amareglobal.com, il Brand Partner presta il proprio consenso alla presente Politica della Privacy.

15.2. Aspettativa di Privacy

a. Amare Global riconosce e rispetta l'importanza che i suoi Clienti e Brand Partner attribuiscono alla privacy delle loro informazioni finanziarie e personali. Come stabilito nella Politica della Privacy, Amare Global intraprende ogni sforzo ragionevole per tutelare la privacy e garantire la riservatezza delle informazioni finanziarie e contabili e dei dati personali dei propri Clienti e Brand Partner. Tuttavia, è importante comprendere che nessuna tutela o precauzione è in grado di garantire una sicurezza assoluta.
b. Con la sottoscrizione dell'Accordo di Nomina, il Brand Partner autorizza Amare Global a divulgare il suo nome e informazioni di contatto ai Brand Partner della Upline esclusivamente per quanto attiene alla promozione dell'attività di Amare Global. Per quanto riguarda i dati personali relativi ai Brand Partner e ai Clienti all'interno della sua Organizzazione, il Brand Partner si impegna a mantenere la riservatezza e la sicurezza di tali informazioni e ad utilizzarle esclusivamente allo scopo di supportare e fornire assistenza alla propria Organizzazione e di svolgere l'attività Amare Global.

15.3. Accesso alle informazioni da parte del personale

Amare Global e le sue società controllate si impegnano ad adottare ogni precauzione necessaria per garantire la riservatezza delle informazioni dei Brand Partner Indipendenti, dei Clienti e dei visitatori e a non condividere tali informazioni con terzi. Amare Global e i suoi dipendenti si impegnano a tutelare la riservatezza delle informazioni raccolte nello svolgimento delle proprie attività e ad utilizzare tali informazioni esclusivamente nell'ambito della Legge in materia di protezione dei dati personali n. 196/2003 (Codice in Materia di Protezione dei Dati Personali) e n. 679/2016 (UE GDPR).

15.4. Limitazioni alla divulgazione delle informazioni di un Account

Amare Global non condividerà con terzi informazioni personali o informazioni finanziarie riguardanti i Clienti o Brand Partner attuali o precedenti, fatta eccezione per quanto stabilito nella Politica della Privacy.

15.5. Obblighi di protezione della privacy da parte del Brand Partner

A. Nel caso in cui il Brand Partner riceva informazioni personali da o su un Brand Partner, un potenziale Brand Partner, un Cliente o un potenziale Cliente, il Brand Partner avrà la responsabilità di garantire la sicurezza delle informazioni personali e dovrà distruggere, eliminare o cancellare in modo irreversibile le informazioni personali altrui una volta che non ne abbia più bisogno. Nella misura massima necessaria per cui il Brand Partner debba archiviare o conservare le informazioni personali altrui, il Brand Partner dovrà provvedere all'archiviazione o conservazione delle stesse in un luogo sicuro, sia esso fisico o digitale. I riferimenti delle carte di credito e le informazioni di pagamento dovranno essere distrutti/cancellati immediatamente dopo l'elaborazione del pagamento. Per le finalità della presente Politica, le informazioni personali sono informazioni che possono essere utilizzate per identificare, localizzare o contattare un individuo, singolarmente o insieme ad altre informazioni personali o identificative. Esempi di informazioni personali riguardanti un individuo comprendono il nome, l'abitazione o altro indirizzo fisico, l'indirizzo di posta elettronica, il recapito telefonico, il numero di previdenza sociale o il codice fiscale, il numero di passaporto, il numero di patente di guida, il numero di conto bancario, il numero di carta di credito o di

debito e le caratteristiche personali, tra cui le immagini fotografiche, le impronte digitali, la grafia o altri dati biometrici univoci.

16. Informazioni proprietarie e segreti commerciali

16.1. Reportistica aziendale, elenchi e informazioni proprietarie

Il Brand Partner prende atto e accetta che i report aziendali, gli elenchi dei nomi dei Clienti e dei Brand Partner, le informazioni di contatto e qualsiasi altra informazione contenente dati finanziari o di altro tipo redatti per iscritto o altrimenti diffusi da Amare Global in relazione all'attività di Amare Global (collettivamente, "Report") costituiscono delle informazioni riservate e proprietarie e dei segreti commerciali di proprietà di Amare Global. Amare Global ha dedicato molto tempo, impegno e risorse economiche alla compilazione di tali Report.

16.2. Obbligo di riservatezza

a. Questi Report sono strettamente di proprietà esclusiva e ad assoluta discrezione di Amare Global. Amare Global si riserva il diritto di negare a qualsiasi Brand Partner l'accesso a qualsiasi Report e di richiedere che un Brand Partner provveda alla restituzione o distruzione immediata dello stesso. I Report sono forniti al Brand Partner a titolo strettamente riservato e sono resi disponibili al solo scopo di assistere il Brand Partner nel collaborare con la sua Organizzazione per lo sviluppo dell'attività indipendente Amare Global. Il Brand Partner e Amare Global concordano che, in assenza di tale accordo di riservatezza e non divulgazione, Amare Global non avrebbe fornito alcun Report al Brand Partner.
b. Nell'ottica di tutelare il carattere riservato e proprietario dei Report, il Brand Partner non potrà, per proprio conto o per conto di chiunque, per l'intera durata dell'Accordo e per un periodo di cinque (5) anni dopo la sua rescissione o risoluzione, quale che ne sia il motivo:
    1. Utilizzare le informazioni contenute nei Report per porsi in concorrenza con Amare Global o per qualsiasi altra finalità diversa dalla promozione della propria attività Amare Global;
    2. Utilizzare o divulgare a qualsiasi persona o entità qualunque informazione riservata contenuta nei Report, compresa la replica della genealogia in un'altra società di Network Marketing;
    3. Divulgare a terzi qualsiasi Report, qualsiasi parte di un Report o qualsiasi informazione contenuta in uno qualsiasi dei Report;
    4. Utilizzare in qualunque modo i Report o qualsiasi informazione ivi contenuta allo scopo di identificare e invitare Clienti e Brand Partner di Amare Global in altre opportunità e attività commerciali; oppure
    5. Utilizzare o divulgare intenzionalmente o involontariamente uno qualsiasi dei Report, qualsiasi parte degli stessi o qualsiasi informazione ivi contenuta in modo tale da arrecare danni irreparabili ad Amare Global.
c. Il Brand Partner riconosce e accetta che gli obblighi di riservatezza qui stabiliti sopravvivranno a qualsiasi rescissione o risoluzione dell'Accordo.

16.3. Violazione e rimedi

Il Brand Partner riconosce che le suddette informazioni proprietarie sono di natura tale da renderle uniche e che la loro divulgazione o utilizzo in violazione della presente disposizione comporterà un danno irreparabile per Amare Global e per le attività indipendenti di Amare Global. Amare Global si riserva il diritto di far valere i propri diritti ai sensi della presente sezione attraverso la richiesta di un provvedimento ingiuntivo o del risarcimento dei danni nei confronti di qualsiasi Brand Partner che violi la presente disposizione. La parte vincitrice avrà diritto al risarcimento delle spese legali e dei costi e spese processuali.

16.4. Restituzione o distruzione di Report

Se così richiesto da Amare Global, qualsiasi Brand Partner o precedente Brand Partner dovrà provvedere alla restituzione o alla distruzione della copia originale e di tutte le ulteriori copie di qualsiasi Report, unitamente a qualsiasi altra informazione riservata di Amare Global di cui sia venuto in possesso.

17. Risoluzione delle controversie e procedimenti disciplinari

17.1. Iniziative

a. Qualsivoglia violazione del Contratto di Nomina, inclusa una violazione delle Politiche e Procedure (ove applicabili) o qualsivoglia condotta illegale, fraudolenta, ingannevole da parte di uno dei Brand Partner

potrà risultare, a discrezione di Amare, in una o più delle seguenti iniziative da parte di Amare, fatto salvo il diritto di quest'ultima di agire nei confronti del Brand Partner in questione per ottenere il risarcimento dei danni eventualmente subiti in conseguenza della violazione delle Politiche e Procedure:

1. 1. Avvertimento mediante apposita comunicazione scritta;
2. Richiesta al Brand Partner di adozione immediata di misure correttive;
3. Perdita o sospensione del dritto al ricevimento di uno o più bonus o commissioni;
4. Durante il periodo di indagine su qualsivoglia condotta potenzialmente lesiva del Contratto, Amare ha facoltà di trattenere al Brand Partner la totalità o parte di bonus e commissioni spettanti allo stesso.
5. Sospensione del diritto del Brand Partner all'acquisto di prodotti per uso personale;
6. Risoluzione del Contratto di Brand Partner;
7. Qualsiasi altra iniziativa e/o misura consentita da qualsivoglia disposizione del Contratto e/o dalla legge e/o ritenuta da Amare praticabile ed appropriata;

   Le misure e le iniziative di cui sopra non esauriscono i diritti di Amare e non implicano che Amare non possa altresì adire le vie legali per ottenere un risarcimento ai sensi del Contratto e/o della legge applicabile.

17.2. Rimostranze e reclami

Nel caso in cui desideri presentare una rimostranza o un reclamo nei confronti di un altro Brand Partner in relazione a qualsiasi pratica o comportamento relativi alle rispettive attività Amare, il Brand Partner è incoraggiato a tentare di risolvere la questione in modo amichevole con l'altra parte. Laddove ciò sia impraticabile o infruttuoso, il Brand Partner è incoraggiato a discutere il problema con il proprio Sponsor che potrà riesaminare la questione tentando di risolverla, eventualmente attraverso la collaborazione dello Sponsor della controparte. Le controversie irrisolte potranno essere segnalate per iscritto al team di Compliance della Società, il quale potrà richiedere l'assistenza di un Comitato per la risoluzione delle controversie per il riesame della questione e la decisione finale, se del caso.

17.3. Comitato per la risoluzione delle controversie

a. Il Comitato per la risoluzione delle controversie (Dispute Resolution Board, di seguito "DRB") è composto da uno o più individui qualificati selezionati dalla direzione aziendale di Amare. La composizione del Comitato per la risoluzione delle controversie potrebbe variare in qualsiasi momento. Lo scopo del DRB è di:
   1. Esaminare i ricorsi contro eventuali azioni intraprese dalla Società per una presunta violazione degli obblighi di un Brand Partner; e
   2. Esaminare eventuali problematiche insorte tra i Brand Partner di Amare. Nel caso in cui il riscontro o la soluzione suggeriti dal Servizio Clienti siano stati respinti, ovvero la problematica rimanga irrisolta, il Comitato per la risoluzione delle controversie potrà esaminare le prove, deliberare e rispondere alle questioni rimanenti.

b. Il Brand Partner potrà presentare una richiesta scritta per un riesame telefonico o di persona entro sette giorni lavorativi dalla data di: (1) la comunicazione scritta di Amare dell'azione; oppure (2) la decisione scritta del Servizio Clienti in merito alle controversie tra i Brand Partner ai sensi della sezione 17.3. Tutte le comunicazioni tra Amare e il Brand Partner per la risoluzione di una controversia dovranno avvenire per iscritto. La decisione di procedere al riesame di una richiesta sarà a discrezione del DRB. Nel caso in cui accetti di riesaminare la questione, il DRB programmerà un riesame entro trenta (30) giorni dal ricevimento della richiesta scritta del Brand Partner.

c. Tutte le evidenze (per esempio documenti, reperti ecc..) che il Brand Partner desidera portare all'attenzione del DRB dovranno essere inoltrate ad Amare entro e non oltre sette giorni lavorativi prima della data del riesame. Il Brand Partner dovrà farsi carico di tutte le spese relative alla propria presenza e a quella di eventuali testimoni che desidera siano presenti al riesame. La decisione del DRB sarà definitiva e non sarà oggetto di ulteriore riesame da parte della Società. In attesa dell'esito del riesame di un reclamo da parte del DRB, la Società si opporrà attivamente a qualsiasi tentativo da parte del Brand Partner di ricorrere all'arbitrato oppure a qualsiasi altro rimedio nei confronti della controparte (o controparti) o di Amare.

17.4. Legge applicabile e giurisdizione

L'Accordo di Nomina tra il Brand Partner e Amare è stato sottoscritto a Milano (Italia) in quanto luogo in cui il Brand Partner ha presentato la Domanda di Nomina come Brand Partner Indipendente di Amare e in cui tale domanda è stata esaminata e approvata da Amare. L'Accordo di Nomina sarà disciplinato in via esclusiva dalle leggi dello Stato italiano e il Brand Partner accetta di sottoporsi esclusivamente alla giurisdizione dei tribunali dell'Italia aventi sede a Milano ai fini della risoluzione di qualsiasi controversia o contenzioso riguardante l'interpretazione o il rispetto dei termini dell'Accordo di Nomina.

18. Prodotti e servizi aziendali

18.1. Divieto di acquisto di prodotti

Ai Brand Partner non viene richiesto di effettuare acquisti obbligatori di prodotti Amare, ovvero di materiale promozionale e di di supporto per le vendite. I Brand Partner possono acquistare i prodotti per consumo personale ed eventualmente per utilizzarli per fare provare i prodotti a potenziali Clienti e potenziali nuovi Brand Partner. I Brand Partner hanno comunque il limite inderogabile di non poter ordinare per acquisti personali prodotti per un importo superiore ad 500PV mese (6000PV annui), circa 500 Euro (6000 Euro annui).

Amare, infatti, proibisce rigorosamente gli acquisti personali, o l'incoraggiamento a farlo, di prodotti in quantità non rientranti nell'ordinario consumo tenuto conto della natura dei prodotti.

18.2. Requisiti di vendita disciplinati dal Piano di Compensi

Il programma di Amare Global è basato sulle vendite al consumatore finale. Amare Global incoraggia il Brand Partner ad acquistare soltanto la quantità di prodotti che il Brand Partner o i suoi familiari consumeranno personalmente o che saranno utilizzati come strumento di vendita. Il Brand Partner non dovrà mai esercitare pressioni su altri Brand Partner affinché acquistino una quantità maggiore di prodotti rispetto a quelli che possono ragionevolmente utilizzare. Amare incoraggia vivamente tutti i Brand Partner a vendere i prodotti e servizi di Amare Global ai Clienti. Il successo di un Brand Partner può arrivare soltanto attraverso la propria vendita sistematica dei prodotti e le vendite dei prodotti di altri Brand Partner all'interno della sua Organizzazione.

19. Ordini

19.1. Politiche generali in materia di ordini

L'iscrizione come Brand Partner non richiede l'acquisto di alcun prodotto.

19.2. Acquisto di bonus

L'acquisto di bonus è severamente e rigorosamente vietato. Per acquisto di bonus si intende: (a) l'iscrizione di individui inconsapevoli e/o che non hanno sottoscritto un Accordo; (b) l'iscrizione fraudolenta di un individuo come Brand Partner o Cliente; (c) l'iscrizione o la tentata iscrizione come Brand Partner o Cliente di individui inesistenti (persone fittizie); (d) l'acquisto di prodotti o servizi Amare Global per conto di un altro Brand Partner o Cliente, ovvero utilizzando il numero identificativo di un altro Brand Partner o Cliente, al fine di avere diritto a provvigioni o bonus; (e) l'acquisto di quantità eccessive di prodotti o servizi che non possono essere ragionevolmente utilizzati nell'arco di un mese; e/o (f) qualsiasi altro meccanismo o artificio volto a conseguire una qualifica per avanzamenti di livello, incentivi, premi, provvigioni o bonus che non preveda l'acquisto in buona fede di prodotti o servizi da parte di Clienti finali.

La violazione di questa disposizione espone il Brand Partner a specifici provvedimenti disciplinari.

19.3. Restrizioni all'utilizzo delle carte di credito e del conto corrente di terzi

a. Al fine di preservare l'indipendenza dei Brand Partner di Amare e l'integrità del Piano di Compensi della Società, Amare scoraggia qualsiasi accordo tra i Brand Partner Indipendenti o i Clienti che crei situazioni di indebitamento tra loro.
b. Il Brand Partner non potrà utilizzare la carta di credito o il conto corrente di un altro Brand Partner o Cliente allo scopo di iscriversi ad Amare Global o di acquistare prodotti o servizi senza il consenso scritto del titolare del conto. La suddetta documentazione dovrà essere conservata dal Brand Partner per un tempo indefinito così da consentire ad Amare Global di accedervi se necessario. Il Brand Partner non potrà utilizzare le proprie carte di credito per acquistare prodotti per un altro Cliente o

Brand Partner con un Account diverso da quello del Brand Partner. Nelle rare occasioni in cui potrebbe essere necessario farlo, Amare Global dovrà ricevere l'autorizzazione scritta del Cliente o Brand Partner per conto di cui è effettuato l'ordine dei prodotti. Amare Global avrà il diritto di annullare qualsiasi vendita priva di autorizzazione scritta, determinando così la revoca delle provvigioni derivanti dalla vendita e altre azioni disciplinari.

19.4. Acquisto di Prodotti Amare

Ai fini dell'accredito del Volume di Vendite Personali associato a un acquisto, il Brand Partner dovrà acquistare i propri prodotti direttamente da Amare.

19.5. Politica di spedizione e ordini arretrati

Amare spedisce di norma i propri prodotti entro cinque (5) giorni dalla data di ricezione dell'ordine. Amare spedirà tempestivamente gli articoli ordinati e al momento disponibili in magazzino. Gli articoli ordinati che risultano esauriti saranno tenuti in sospeso e inviati una volta che Amare disporrà di inventario sufficiente. Nel caso in cui i prodotti siano esauriti e la loro spedizione non sia stimata entro 30 giorni dalla data dell'ordine, Amare provvederà ad informare il Brand Partner e il Cliente. Sarà inoltre fornita una data di spedizione stimata. Gli ordini arretrati potranno essere annullati su richiesta del Cliente o del Brand Partner. In caso di cancellazione degli ordini arretrati, il Cliente e il Brand Partner potranno richiedere un rimborso, l'emissione di un credito sull'account o l'invio di prodotti sostitutivi. Nel caso in cui sia richiesto un rimborso, il Volume di Vendite Personali del Brand Partner sarà ridotto dell'importo del rimborso nel mese della sua emissione.

19.6. Conferma dell'ordine

Il Brand Partner e/o il destinatario di un ordine dovrà confermare che il prodotto ricevuto corrisponde al prodotto indicato sulla fattura di spedizione e non presenta danni. La mancata comunicazione ad Amare, entro trenta giorni dal ricevimento, di eventuali discrepanze o danni dovuti alla spedizione farà decadere il diritto del Brand Partner di richiedere un'azione correttiva.

20. Pagamento e spedizione

20.1. Fondi insufficienti

a. Amare non contatterà il Brand Partner in merito ad ordini annullati per insufficienza di fondi o credito. Ciò potrebbe comportare il mancato raggiungimento da parte del Brand Partner del proprio Volume di Vendite Personali.
b. Spetta al Brand Partner contattare Amare e fornire una carta di credito su cui effettuare l'addebito entro la fine del mese in cui desidera inserire tale ordine per consumo personale.

20.2. Pacchi restituiti al mittente

Al Brand Partner i cui pacchi siano restituiti ad Amare a causa di indirizzo errato, tentativi di consegna non riusciti, restituzione al mittente o per qualsiasi altro motivo saranno addebitate le spese della spedizione da e per Amare oltre che una commissione di gestione di Euro 16,00 più IVA. Il suddetto importo sarà recuperato tramite adeguamento dei bonus e provvigioni del Brand Partner e/o tramite addebito della carta di credito registrata presso Amare.

21. Inattività e cancellazione

21.1. Effetti della cancellazione

a. Fintanto che il Brand Partner si manterrà attivo e rispetterà i termini dell'Accordo e delle presenti Politiche e Procedure, Amare provvederà al pagamento delle provvigioni al Brand Partner conformemente al Piano di Compensi di Amare Global. I bonus e le provvigioni del Brand Partner costituiranno l'intero corrispettivo per il suo impegno nel generare vendite e in tutte le attività correlate alla generazione di tali vendite (compresa la costruzione di un'Organizzazione di Downline). In caso di cancellazione del Brand Partner dovuta a inattività come qui descritto, ovvero in caso di cancellazione volontaria o involontaria del suo Accordo, compreso in caso di violazione del suo Accordo di Nomina o delle Politiche e Procedure (tutte queste circostanze sono collettivamente definite con i termini "cancellato" o "cancellazione"), il Brand Partner non avrà alcun diritto, titolo, pretesa o interesse rispetto all'Organizzazione di vendita in cui operava né su eventuali segreti commerciali passati, presenti o

futuri di Amare o altre informazioni proprietarie o proprietà intellettuale né su qualsiasi provvigione o bonus derivante dalle vendite generate dall'Organizzazione successivamente alla sua cancellazione.

b. Il Brand Partner il cui Accordo viene cancellato perderà tutti i diritti come Brand Partner. Ciò include il diritto di vendere i prodotti di Amare e il diritto di ricevere future provvigioni, bonus o altre entrate derivanti dalle vendite e da altre attività della precedente Organizzazione di Downline del Brand Partner. Per maggiore chiarezza, in caso di cancellazione il Brand Partner si impegna a rinunciare a tutti i diritti eventualmente a lui spettanti tra cui, a titolo meramente esemplificativo, diritti di proprietà, diritti su segreti commerciali, diritti di proprietà intellettuale o diritti analoghi, diritti relativi alla sua precedente Organizzazione di Downline, dati di marketing, dati finanziari o informazioni di contatto relativi a tale Organizzazione di Downline, ovvero tutti i diritti rispetto a eventuali bonus, provvigioni o altri corrispettivi che sarebbero altrimenti derivati dalle vendite o dalle attività di tale Organizzazione di Downline laddove non fosse avvenuta la cancellazione del Brand Partner.

c. A seguito della cancellazione, il Brand Partner non potrà più presentarsi come Brand Partner di Amare. Il Brand Partner oggetto di cancellazione avrà diritto a ricevere provvigioni e bonus soltanto in relazione all'ultimo periodo di pagamento completo in cui era attivo prima della cancellazione (al netto di tutti gli importi eventualmente trattenuti nel corso di una indagine precedente alla sua cancellazione involontaria).

21.2. Cancellazione involontaria

a. La violazione da parte del Brand Partner di uno qualsiasi dei termini dell'Accordo, comprese eventuali modifiche che Amare potrebbe apportare a propria assoluta discrezione, comporterà l'applicazione di una qualsiasi delle sanzioni di cui alla Sezione 17, compresa la cancellazione involontaria del suo Accordo di Nomina. La cancellazione sarà effettiva a decorrere dalla data in cui la relativa comunicazione sarà stata inviata all'indirizzo e-mail o all'indirizzo di posta del Brand Partner riportato nella Domanda di Nomina, ovvero a decorrere dalla data in cui la comunicazione sarà stata inviata, con avviso di ricevimento, all'ultimo indirizzo conosciuto del Brand Partner, ovvero nel momento in cui il Brand Partner avrà ricevuto l'effettiva comunicazione di cancellazione, a seconda di quale evento si verifichi per primo.

b. Amare si riserva altresì la facoltà di cancellare l'account di un Brand Partner laddove non sia stato effettuato alcun acquisto di prodotti per uso personale durante un periodo di dodici mesi.

21.3. Cancellazione volontaria

a. Il Brand Partner di Amare che recede volontariamente dalla sua posizione di Brand Partner potrà richiedere una nuova iscrizione come Brand Partner sei (6) mesi dopo la data di risoluzione. Nel caso in cui si iscriva nuovamente ad Amare, il Brand Partner sarà iscritto come un nuovo Brand Partner; tuttavia, la nuova iscrizione non avrà alcun effetto su qualsiasi Downline precedentemente posizionata sotto tale Brand Partner prima della risoluzione.

b. Il Brand Partner Amare che si mantiene inattivo per un periodo di dodici mesi potrà essere oggetto di cancellazione, a discrezione di Amare, 60 giorni dopo il verificarsi di tale condizione. Nel caso in cui il Brand Partner soddisfi nuovamente i requisiti di attività durante il suddetto periodo di 60 giorni, l'Accordo non sarà cancellato. Tuttavia, il Brand Partner potrà successivamente richiedere una nuova iscrizione per qualsiasi posizione in qualunque momento. La Downline del Brand Partner non sarà interessata dal cambiamento e non sarà spostata insieme al Brand Partner. Per le finalità della presente Politica, un Brand Partner inattivo è un Brand Partner che non ha effettuato alcun acquisto di ordini per uso personale per dodici mesi consecutivi.

c. La presente Politica non si applica al Brand Partner di Amare il cui Accordo di Nomina sia stato risolto dalla Società per giusta causa. In questo caso, il Brand Partner dovrà ricevere l'approvazione dell'Amministratore Delegato di Amare prima di poter richiedere una nuova iscrizione nella Società.

d. In ogni caso, il Brand Partner dovrà attendere almeno 12 mesi dalla data di risoluzione prima di poter presentare una nuova Domanda di Nomina.

21.4. Riclassificazione

Nel caso in cui, al momento della cancellazione del suo Accordo di Nomina, il Brand Partner sia anche iscritto al programma Subscribe & Save di Amare Global, il programma Subscribe & Save del Brand Partner continuerà a restare in vigore, salvo nel caso in cui il Brand Partner non ne richieda espressamente la cancellazione. Nel caso in cui non richieda la cancellazione del suo programma Subscribe & Save, il Brand Partner sarà riclassificato come Cliente.

21.5. Spostamento dell'Organizzazione

Nel caso in cui si renda disponibile un posto vacante all'interno di un'Organizzazione a seguito della risoluzione o della cancellazione di un Brand Partner, ciascun Brand Partner nel primo livello immediatamente al di sotto del Brand Partner in questione sarà spostato al primo livello ("Frontline") dello Sponsor del Brand Partner oggetto di cancellazione. Tale spostamento avverrà un anno dopo la data di risoluzione. Per esempio, nel caso in cui A sponsorizzi B e B sponsorizzi C1, C2 e C3, qualora l'attività di distribuzione di B sia oggetto di cancellazione o risoluzione, C1, C2 e C3 saranno spostati sotto A e diventeranno parte del primo livello di A un anno dopo la cancellazione o risoluzione di B. Nel corso del periodo di un anno precedente allo spostamento, la posizione del Brand Partner oggetto di cancellazione o risoluzione sarà sospesa. Amare Global si riserva il diritto di non spostare l'Organizzazione di un Brand Partner oggetto di risoluzione o cancellazione al successivo Sponsor di Upline attivo, a propria discrezione.

22. Successori e aventi causa

Il presente Accordo sarà vincolante e andrà a beneficio delle parti e dei rispettivi successori e aventi causa.

23. Diritto di modifica

a. Amare si riserva il diritto di modificare il Piano di Compensi di Amare Global, l'Accordo di Nomina e le presenti Politiche e Procedure in qualunque momento e per qualsiasi motivo, a propria esclusiva e assoluta discrezione.
b. La Società potrà modificare qualunque altro documento e i prezzi dei prodotti a propria discrezione, dandone specifica comunicazione al Brand Partner oppure, più in generale, attraverso la documentazione ufficiale della Società, a condizione che la Società comunichi qualsiasi modifica nelle dichiarazioni fiscali annuali del Brand Partner Indipendente con un preavviso scritto di almeno 60 giorni. Una volta che eventuali modifiche saranno state comunicate, l'invio di un ordine di prodotti o la sponsorizzazione di un nuovo Brand Partner Indipendente costituiranno accettazione di tali modifiche da parte del Brand Partner Indipendente.

24. Diritto di cancellazione da parte di Amare

Amare Global si riserva il diritto di risolvere tutti gli Accordi di Nomina dandone un preavviso scritto di trenta (30) giorni nel caso in cui decida di: (1) cessare le attività commerciali; (2) sciogliere la propria entità giuridica; oppure (3) interrompere la distribuzione dei propri prodotti attraverso la vendita diretta.

25. Varie ed eventuali

25.1. Ritardi

Amare Global non potrà essere ritenuta responsabile per qualsiasi adempimento mancato o tardivo dei propri obblighi laddove ciò si renda commercialmente impossibile a causa di circostanze che esulano dal suo controllo. Tale impossibilità si riferisce a decisioni ufficiali, azioni, transazioni, scioperi, serrate, eventi di forza maggiore tra cui conflitti, disordini civili, ribellioni, rivolte, decessi, restrizioni sulle merci, dichiarazioni di stato di emergenza, pratiche governative, decreti presidenziali, coprifuoco e/o restrizioni di viaggio, sabotaggi e atti terroristici, terremoti, tempeste, inondazioni, incendi o calamità naturali simili, epidemie, pandemie o qualsiasi altro evento di forza maggiore, senza limitazione alcuna, che impedisca o ritardi in modo continuativo l'adempimento degli obblighi previsti dalle presenti Politiche e Procedure e dall'Accordo. Al verificarsi delle suddette circostanze, Amare Global non potrà essere ritenuta responsabile. Il Brand Partner Indipendente non potrà modificare l'accordo, pretendere un risarcimento o muovere obiezioni né potrà adire le vie legali riguardo a diritti, crediti, restituzioni (riacquisti) o, in particolare, adeguamenti, sulla base di tali circostanze.

25.2. Separabilità delle politiche e disposizioni

Nel caso in cui qualsiasi disposizione dell'Accordo, nella sua forma in vigore o come eventualmente modificata di seguito, sia ritenuta non valida o inapplicabile da un tribunale competente per qualsiasi motivo, la parte non valida di tale disposizione sarà eliminata senza che ciò pregiudichi in alcun modo gli altri termini e condizioni, i quali resteranno in vigore a tutti gli effetti.

25.3. Rinuncia

a. Amare non rinuncerà mai al proprio diritto di esigere la conformità all'Accordo e alle leggi applicabili che disciplinano il comportamento del Brand Partner. Il mancato o ritardato esercizio da parte di Amare di qualsiasi diritto o potere previsto dall'Accordo, ovvero di esigere il rigoroso rispetto da parte del Brand Partner di qualsiasi obbligo o disposizione dello stesso, non potrà essere inteso come una rinuncia al diritto di Amare di esigere il puntuale rispetto dell'Accordo. Qualsiasi rinuncia da parte di Amare dovrà essere formalizzata esclusivamente per iscritto e firmata da un funzionario autorizzato della Società. La rinuncia di Amare ad una specifica violazione da parte del Brand Partner, ovvero la rinuncia di Amare a qualsiasi disposizione specifica dell'Accordo di Nomina del Brand Partner Indipendente o delle presenti Politiche e Procedure, non pregiudicherà né limiterà i diritti di Amare rispetto a qualsiasi violazione successiva né influirà in alcun modo sui diritti od obblighi di qualsiasi altro Brand Partner. Qualsiasi ritardo od omissione da parte di Amare nell'esercizio di un diritto derivante da una violazione ad opera di un Brand Partner non potrà essere considerato come una rinuncia continuativa a tale diritto né pregiudicherà o limiterà i diritti di Amare rispetto a tale violazione o a qualsiasi violazione successiva.
b. L'esistenza di qualsiasi reclamo o causa legale di un Brand Partner nei confronti di Amare non costituirà una difesa contro l'applicazione da parte di Amare di eventuali termini o disposizioni dell'Accordo o delle presenti Politiche e Procedure.
c. Amare potrà rendere disponibili le traduzioni in altre lingue dei materiali di marketing e vendita e delle politiche. In caso di discrepanze in termini di testo, significato o interpretazione tra la versione in lingua inglese e le traduzioni, prevarrà la versione in lingua inglese, la quale sarà considerata come linea guida standard.
d. Le Politiche e Procedure di Amare sono disciplinate dalle leggi territoriali, provinciali o federali applicabili relative al nostro settore. Queste leggi sostituiscono qualsiasi disposizione contenuta nel presente documento.

25.4. Data di validità

Le presenti Politiche e Procedure entreranno in vigore a decorrere dal 26 settembre 2024 e, in tale data, sostituiranno automaticamente qualsiasi precedente Manuale delle Politiche e/o qualsiasi precedente Politica e Procedure (il "Precedente Manuale delle Politiche") e, in tale data, il Precedente Manuale delle Politiche cesserà di avere qualsiasi forza o effetto fatta eccezione per quanto qui previsto in relazione alle disposizioni arbitrali.