



amare[®]

GLOBAL

Politici și proceduri



amare[®]

VERSIUNEA 1.0 - România

CUPRINS

1	INTRODUCERE	5
	1.1 Politicile și Planul de compensare încorporat în Acordul Brand Partner Independent	5
	1.2 Scopul Acordului	5
	1.3 Modificări la Acordul Brand Partner Independent	6
2	CODUL DE ETICĂ	6
	2.1 Obligația companiei	6
	2.2 Obligațiile unui Brand Partner Independent	7
3	DEFINIȚII	8
4	CUM SE POATE DEVENI UN BRAND PARTNER INDEPENDENT	10
	4.1 Cerințe pentru a deveni un Brand Partner Independent	10
	4.2 Înregistrarea unui nou Brand Partner	10
	4.3 Beneficii pentru Brand Partner	11
	4.4 Numere de identificare	11
	4.5 Durata acordului	12
	4.6 Respectarea legilor, ordonanțelor și standardelor etice	12
	4.7 Minori	12
	4.8 Acțiuni ale membrilor gospodăriei sau ale persoanelor afiliate	12
5	GESTIONAREA AFACERII AMARE	13
	5.1 Aderarea la Planul de compensare Amare Global	13
	5.2 Fără compensații numai pe baza înscrierii	13
	5.3 Fără compensații garantate	13
	5.4 Programe speciale	13
	5.5 Publicitatea în general	14
	5.6 Identificarea rangului	14
	5.7 Reputația în afaceri	14
	5.8 Întâlniri ale partenerilor Brand Partner	14
	5.9 Entități comerciale	14
	5.10 Beneficiarii efectivi ai Afacerii Amare Global	15
	5.11 Sponsorizare	15
	5.12 Erori sau întrebări	16
	5.13 Statutul de contractant independent	16
	5.14 Asigurarea acoperirii activităților comerciale	17
	5.15 Acoperirea răspunderii pentru produse	17
6	PUBLICITATE, MATERIALE PROMOȚIONALE, UTILIZAREA DENUMIRILOR ȘI A MĂRCILOR COMERCIALE ALE SOCIETĂȚII	17
	6.1 Proprietatea intelectuală a Amare Global	17
	6.2 Utilizarea denumirilor de companii, a mărcilor comerciale și a materialelor protejate prin drepturi de autor	17
	6.3 Puncte de vânzare, unități legate de servicii și vânzări comerciale	19
	6.4 Materiale publicitare și promoționale	19
	6.5 Renunțarea la dreptul de publicitate	21
	6.6 Media and Media Inquiries	21
	6.7 Spamming and Unsolicited Mass Communications	21
	6.8 Telemarketing	21
	6.9 Saloane comerciale, expoziții și alte forumuri de vânzări	23
	6.10 Restricții privind internetul și site-urile web ale terților	23
	6.11 Restricții privind rețelele sociale	25
	6.12 Alte prevederi privind publicitatea	27

	6.13 Reambalarea și reetichetarea sunt interzise	27
7	MODIFICĂRI ALE ACTIVITĂȚII PARTENERULUI BRAND PARTNER	27
	7.1 Change of Brand Partner Agreement Information	27
	7.2 Plasament	27
	7.3 Schimbarea Sponsorului	28
	7.4 Schimbarea Enrollerului unui Brand Partner	29
	7.5 Schimbare de organizație	29
	7.6 Vânzarea, atribuirea sau delegarea proprietății	29
	7.7 Divorțul unui Brand Partner	30
	7.8 Dizolvarea Entității comerciale	31
	7.9 Succesiune	31
	7.10 Transfer în cazul incapacității unui Brand Partner	32
8	CERERI ȘI ACȚIUNI NEAUTORIZATE	32
	8.1 Indemnizație	32
	8.2 Revendicări privind produsele	32
	8.3 Afirmații privind veniturile	33
	8.4 Fără prețuri abuzive	34
9	CONFLICT DE INTERESE	35
	9.1 Non-solicitare	35
	9.2 Produse concurente și oportunități	35
	9.3 Recrutare încrucișată	35
	9.4 Interzicerea sponsorizării lipsite de etică	36
10	MARKETING INTERNAȚIONAL	37
11	RESPONSABILITĂȚI ALE PARTENERILOR BRAND PARTNER	37
	11.1 Schimbarea datelor de contact	37
	11.2 Formare continuă	38
	11.3 Responsabilități curente de vânzări	38
	11.4 Non-discreditarea	38
	11.5 Raportarea încălcării politicii	39
12	VÂNZĂRI	39
	12.1 Vânzări de produse	39
	12.2 Chitanțe de vânzare	39
	12.3 Furnizarea și păstrarea formularelor/înregistrărilor de comandă cu amănuntul	40
13	BONUSURI ȘI COMISIOANE	40
	13.1 Calificări pentru bonusuri și comisioane	40
	13.2 Calculul comisioanelor și discrepanțelor	40
	13.3 Includerea într-o perioadă de bonus	40
	13.4 Răscumpărarea creditului Amare	40
	13.5 Rapoarte de activitate a liniei descendente	40
	13.6 Garanții	41
14	GARANȚIILE PRODUSELOR, RETURNĂRILE ȘI RĂSCUMPĂRAREA STOCURILOR	42
	14.1 CLIENȚI Anulare, garanție de satisfacție a produsului și politici de returnare	42
	14.2 BRAND PARTNER Procesul de anulare și răscumpărare	43
	14.3 Procesul de returnare	44
	14.4 Returnarea produselor deteriorate sau trimise incorect	45
	14.5 Ajustări ale Comisioanelor ca urmare a returnărilor de produse pentru Anulare, Răscumpărare sau pentru Politicile de returnare ale clienților	45

	14.6	Limitări privind revânzarea articolelor din pachetul de produse	46
15		POLITICA DE CONFIDENȚIALITATE	46
	15.1	Introducere	46
	15.2	Așteptări în ceea ce privește confidențialitatea	46
	15.3	Accesul angajaților la informații	46
	15.4	Restricții privind divulgarea informațiilor referitoare la conturi	47
	15.5	Obligațiile partenerului Brand Partner privind protecția vieții private	47
16		INFORMAȚII PROPRIETARE ȘI SECRETE COMERCIALE	47
	16.1	Rapoarte de afaceri, liste și informații proprietare	47
	16.2	Obligația de confidențialitate	47
	16.3	Încălcare și remedii	48
	16.4	Returnarea sau distrugerea rapoartelor	48
17		SOLUȚIONAREA LITIGIILOR ȘI PROCEDURI DISCIPLINARE	48
	17.1	Sanțiuni disciplinare	48
	17.2	Plângeri și reclamații	49
	17.3	Comisia de soluționare a litigiilor	49
	17.4	Legea aplicabilă și jurisdicția	50
18		PRODUSE ȘI SERVICII ALE SOCIETĂȚII	50
	18.1	Achiziții de stocuri excedentare interzise	50
	18.2	Cerințele de vânzări sunt reglementate de Plan de compensare	50
19		COMANDĂ	51
	19.1	Politici generale de comandă	51
	19.2	Cumpărare de bonusuri	51
	19.3	Restricții privind utilizarea de către terți a cardurilor de credit și accesul la conturile curente ..	51
	19.4	Achiziționarea produselor Amare	52
	19.5	Politici generale de comandă	52
	19.6	Politica de expediere și comenzile întârziate	52
	19.7	Confirmarea comenzii	52
20		PLATA ȘI EXPEDIEREA	52
	20.1	Depozit	52
	20.2	Fonduri insuficiente	52
	20.3	Pachete returnate	53
	20.4	Taxe pe vânzări, utilizare și valoare adăugată	53
21		INACTIVITATE ȘI ANULARE	53
	21.1	Efectul anulării	53
	21.2	Anularea involuntară	54
	21.3	Anularea voluntară	54
	21.4	Reclasificare	55
	21.5	Regruparea ierarhică a organizației	55
22		SUCCESORI ȘI CESIONARI	55
23		DREPTUL LA MODIFICARE	55
24		DREPTUL DE ANULARE AL AMARE	56
25		DIVERSE	56
	25.1	Întârzieri	56
	25.2	Politici și prevederi separabile	56
	25.3	Renunțarea la drepturi	56
	25.4	Data intrării în vigoare	57

1 INTRODUCERE

Politicile și procedurile Amare definesc drepturile și obligațiile dumneavoastră în calitate de Distribuitor Independent Amare Global. În cazul în care un Distribuitor Independent are întrebări cu privire la o politică sau regulă, Distribuitorul Independent este încurajat să solicite un răspuns de la Sponsorul său sau de la orice alt Distribuitor Independent din linia ascendentă. Dacă sunt necesare clarificări suplimentare, distribuitorul independent poate contacta Amare Global Compliance la compliance.eur@amare.com.

1.1 Politicile și Planul de compensare încorporat în Acordul Brand Partner Independent

- A. Aceste Politici și proceduri Amare Global sunt încorporate și fac parte integrantă din Condițiile de utilizare ale Acordului de înscriere ca Brand Partner Independent („Condiții de utilizare”). Aceste Politici și proceduri, Condițiile de utilizare și Planul de compensare Amare Global constituie întregul acord („Acordul”) dintre Amare Global Europe AB, afiliații sau filialele sale care își desfășoară activitatea în Europa („Amare”, sau „Amare Global”, sau „Societatea”) și Distribuitorul Independent Amare („Brand Partner”, „Brand Partner Independent” sau „Brand Partner Amare”). Acordul sau orice parte a acestuia poate fi modificat de către Societate în conformitate cu dispozițiile sale.
- B. În cazul în care aceste Politici și proceduri nu sunt încorporate în mod specific în acordul respectiv, ele reflectă în orice caz poziția oficială a societății Amare cu privire la termenii acordului, iar orice încălcare a acestor Politici și proceduri poate constitui o încălcare a Acordului unui Brand Partner Independent, supunând Brand Partner dispozițiilor disciplinare din acesta, dispozițiilor de reziliere a acordului. În continuare, atunci când se utilizează termenul „Acord” – acesta se referă în mod colectiv la obligațiile reciproce dintre Amare și Brand Partners Independenți, astfel cum sunt evidențiate în Condițiile de utilizare, în Politicile și procedurile de față, în Planul de Compensare Amare Global și (după caz) în Cererea privind entitatea comercială Amare.
- C. Este responsabilitatea fiecărui Brand Partner să își însușească și să adere la cea mai recentă versiune a acestor Politici și proceduri. Atunci când sponsorizează un nou Brand Partner, Brand Partner care sponsorizează trebuie să îl ajute pe noul Brand Partner candidat să înțeleagă această obligație permanentă.

1.2 Scopul Acordului

- A. Scopul Acordului este de a autoriza o persoană să fie un Brand Partner Independent al Societății și de a stabili sarcinile, responsabilitățile și obligațiile respective ale tuturor părților. Brand Partner Independent confirmă acest acord de fiecare dată când primiți bonusuri/comisioane de la Amare sau plasați o comandă angro. Cu o mare anticipare a succesului Brand Partner Independent, Compania prezintă aceste Politici și proceduri și îl îndeamnă pe Brand Partner Independent să le urmeze îndeaproape și complet.
- B. Amare produce produse inovatoare și comercializează aceste produse prin intermediul unor Brand Partners Independenți. Amare investește masiv în furnizarea de materiale de marketing, valorificând brandul Societății și dezvoltând sisteme de compensare pentru Brand Partner. În orice caz, succesul Societății și succesul partenerilor Brand Partner depind, în ultimă instanță,

de integritatea persoanelor care comercializează produsele. Deoarece Brand Partner Amare sunt societăți comerciale independente, Brand Partners au o mare libertate în ceea ce privește modul în care aleg să opereze și să își stabilească timpul și metodele de lucru. Fără a aduce atingere acestei independențe, Amare își rezervă dreptul contractual de a-și proteja proprietatea intelectuală, de a preveni revendicările nefondate privind produsele și de a proteja integritatea modelului său de afaceri. Aceste Politici și proceduri au ca scop îndeplinirea acestui obiectiv. Deoarece poate că nu sunteți familiarizat cu aceste standarde de practică, este foarte important să citiți și să respectați Acordul Brand Partner Independent și aceste Politici și proceduri.

- C. Dacă aveți întrebări cu privire la orice politică sau regulă, nu ezitați să contactați Amare Global Compliance la adresa: compliance.eur@amare.com

1.3 Modificări la Acordul Brand Partner Independent

- A. Amare poate modifica în orice moment, la discreția sa exclusivă și absolută, Acordul Brand Partner Independent. Prin semnarea Acordului Brand Partner Independent, un Brand Partner este de acord să respecte toate amendamentele sau modificările pe care Amare alege să le facă. Modificările intră în vigoare la data publicării anunțului referitor la modificările în cauză în materialele Amare publicate sau în Back Office. Societatea va pune la dispoziția tuturor partenerilor Brand Partner o copie completă a dispozițiilor modificate prin una sau mai multe dintre următoarele metode: (1) postarea pe site-ul oficial al Societății; (2) poșta electronică (e-mail); (3) includerea în publicațiile periodice ale Societății; (4) includerea în comenzile de produse sau în plata bonusurilor; (5) orice eveniment promoțional sau de formare corporativă; sau (6) corespondență specială. Continuarea activității Amare de către un Brand Partner sau acceptarea de către un Brand Partner a bonusurilor sau comisioanelor presupune acceptarea tuturor modificărilor.

2 CODUL DE ETICĂ

- A. Amare Global așteaptă și solicită ca atât partenerii Brand Partners, cât și Societatea să își desfășoare activitatea în conformitate cu cele mai înalte standarde de comportament etic și respect față de toți cei cu care lucrează. Brand Partners Independenți vor respecta aceste comportamente etice atunci când reprezintă Amare și produsele sale.
- B. Amare este membru cu drepturi depline al SELDIA și respectă Codul de bune practici pentru consumatori și Codul de conduită în afaceri. De asemenea, solicită partenerilor Brand Partners Independenți să înțeleagă și să respecte cu atenție aceste coduri, care pot fi consultate la <https://seldia.eu/>.

2.1 Obligația companiei

Partenerii Brand Partner Independenți se pot aștepta ca societatea să funcționeze în conformitate atât cu legile comerciale generale, cât și cu cele specifice industriei de marketing în rețea. Încrederea fundamentală dintre partenerii Brand Partner Independenți și Societate impune Societății o datorie majoră de a proteja această relație ca principala sa garanție, garantând echitate și dreptate pentru toate părțile implicate.

A. Societatea:

- I. Își va desfășura activitatea în mod etic și profesional;
- II. Va prelucra eficient comenzile și va asigura expedierea promptă a produselor;
- III. Va furniza către Brand Partners Independenți datele organizaționale și de volum necesare pentru coordonarea operațiunilor lor comerciale.
- IV. Va oferi compensații partenerilor Brand Partner Independenți conform Planului de compensare stabilit;
- V. Va respecta toate reglementările referitoare la vânzarea și distribuția de produse și la compensarea participanților;
- VI. Va pune în aplicare politicile sale în mod imparțial, asigurând corectitudinea și echitatea pentru a proteja interesele tuturor Brand Partners Independenți
- VII. Va furniza asigurare de răspundere civilă pentru produsele sale atunci când sunt utilizate conform indicațiilor de pe etichetă și promovate în conformitate cu strategia de marketing aprobată.

B. Societatea nu va:

- I. Garanta succesul în afacere;
- II. Stabili comisioane/bonusuri doar în scopul recrutării de noi Brand Partner;
- III. Permite partenerilor Brand Partner Independenți să constrângă clienții potențiali sau membrii din linia descendentă să cumpere stocuri excesive;
- IV. Toleră nicio formă de afirmații neautorizate sau înșelătoare cu privire la produse;
- V. Permite partenerilor Brand Partner Independenți să facă excese cu inventarul lor doar în scopul câștigului de comisioane/bonusuri;
- VI. Rezilia rolul unui Brand Partner Independent fără a urma procedura în vigoare.

2.2 Obligațiile unui Brand Partner Independent

A. Partenerul Brand Partner Independent:

Îți va desfășura activitatea în mod etic și profesional;

- I. Va clarifica faptul că dobândirea succesului în cadrul Planului de compensare al Societății se bazează pe vânzările cu amănuntul, și nu pe eforturile de recrutare;
- II. Va prezenta cu exactitate oportunitatea Planului de compensare și Politica de returnare, astfel cum este prezentată de Societate;
- III. Va adera la legile și standardele relevante privind Protecția consumatorilor;
- IV. Va oferi programe de formare, încurajare și asistență veritabile partenerilor Brand Partner Independenți din cadrul organizației sale.

B. Partenerul Brand Partner Independent nu va:

- I. Convinge pe nimeni să facă o plată promițându-i în schimb beneficii prin atragerea altor persoane fizice sau juridice în cadrul Societății;
- II. Nu va gestiona afacerea prin practici înșelătoare, ilegale sau lipsite de etică (inclusiv prin recrutare încrucișată și cumpărare de bonusuri);
- III. Participa la tactici agresive în eforturile de vânzare sau recrutare;
- IV. Face afirmații și declarații false sau promisiuni false cu privire la oportunitatea sau produsele Societății, sau nu se va lăsa indus în eroare prin afirmații conform cărora câștigurile mari sunt ușor de obținut;
- V. Recruta sau înscrie persoane sub vârsta legală sau persoane incapabile să ia decizii în cunoștință de cauză;

- VI. Opera în țări care nu sunt deschise oficial pentru afacerile Societății;
- VII. Denigra, discredita sau exprima comentarii negative cu privire la Societate, la partenerii Brand Partner Independenți ai acesteia, la produse, la Planul de compensare, la conducere sau la personal și angajați;
- VIII. Încerca să eludeze politicile Societății sub nicio formă.

3 DEFINIȚII

AMARE GLOBAL ȘI/SAU AMARE ȘI/SAU SOCIETATEA: Atunci când aceste Politici și proceduri menționează „Amare Global” sau „Amare” sau „Societatea”, ele fac referire la Amare Global Europe AB (Landskronavägen 27 A, 252 32 Helsingborg - Suedia; +46 31 730 5840; cs.eur@amare.com și www.amare.com).

ACTIV: Partenerul Brand Partner Independent care generează 100 PV în volum personal de vânzări de produse din comenzi personale pentru uz personal sau revânzare, și/sau comenzi ale Clienților pe parcursul lunii calendaristice curente sau anterioare.

CLIENT ACTIV: Un client care a achiziționat produse Amare Global în ultimele douăsprezece luni.

BRAND PARTNER: O persoană fizică sau juridică care se înscrie ca participant la oportunitatea Amare Global în calitate de contractant independent în conformitate cu Acordul, care este autorizat să achiziționeze produse la prețuri cu ridicata, să revândă produsele, să sponsorizeze alți parteneri Brand Partner în cadrul organizației pentru a face același lucru și să participe la Planul de compensare Amare.

ANULARE: Rezilierea rolului unui Brand Partner. Anularea poate fi voluntară sau involuntară, sau prin lipsa reînnoirii.

PERIOADA PENTRU COMISIOANE: Intervalul de timp utilizat pentru calcularea comisioanelor, atât săptămânal, cât și lunar. 1) Perioada pentru comisioane săptămânale – definită de Luni, ora 24:00 (miezul nopții) până Duminică, ora 23:59:59 CET, luând în considerare ora de vară, și se plătește până în vinerea următoare sfârșitului perioadei. Termenul limită pentru comisioanele săptămânale poate varia cu o oră în zonele care nu au adoptat ora de vară. 2) Perioada pentru comisioane lunare – definită de luna calendaristică de la miezul nopții din prima zi (1) până la ora 23:59:59 din ultima zi a lunii, CET, luând în considerare ora de vară, și este plătită până la data de 15 a lunii calendaristice următoare. Termenul limită pentru comisioanele lunare poate varia cu o oră în zonele care nu au adoptat ora de vară. O notificare privind schimbarea orei va fi transmisă în back office-ul partenerului Brand Partner, precum și în comunicarea corporativă.

COMMISSIONABLE VOLUME (VOLUM COMISIONABIL) (CV): Volumul de vânzări pentru care se plătesc comisioanele către BP. Fiecare produs are o valoare CV care nu este întotdeauna egală cu suma în euro cheltuită.

PLAN DE COMPENSARE: Orientările și documentația de referință pentru descrierea modului în care partenerii Brand Partner pot genera comisioane și bonusuri.

CLIENT: O persoană care cumpără produse Amare Global pentru uz personal, ocazional sau regulat, și care nu este înscrisă ca Brand Partner. Clienților nu li se permite să creeze o Organizație și nu

participă la Planul de compensare. Comenzile clienților sunt procesate la Prețul cu amănuntul sugerat (SRP) și sunt onorate direct de către Amare. Toate vânzările către Clienți, inclusiv comenzile Save and Subscribe, contribuie la volumul personal (PV) al Brand Partner Independent prin intermediul căruia sunt plasate comenzile. Clienții nu sunt autorizați să revândă produsul.

DREPT DE DISTRIBUȚIE: Afacerea independentă Amare Global pe care o operează fiecare Brand Partner și care permite fiecărui Brand Partner să promoveze vânzarea de produse și servicii Amare Global către Clienții săi, să construiască o Organizație și să participe la promoții și programe specifice partenerilor Brand Partner.

MEMBRU AL FAMILIEI: În sensul prezentelor Politici și proceduri, un Membru al familiei va fi definit ca tatăl, mama, fratele, sora, bunicul, bunica, mătușile, unchii, verii primari, copiii și nepoții (atât frați, cât și frați vitregi) ai Brand Partner. De asemenea, în această definiție sunt incluse persoanele aflate în întreținere, partenerii de viață, uniunile civile sau persoanele considerate de societate ca fiind într-o relație de coabitare sau care depind una de cealaltă pentru sprijin financiar reciproc. Acest lucru se aplică, de asemenea, oricărei entități comerciale în care un Membru al familiei deține un interes majoritar.

PRIMA LINIE: Clienții sau partenerii Brand Partner sunt considerați de Primă linie dacă sunt plasați direct sub Enrollerul lor în linia descendentă a Enrollerului la Nivelul 1.

GOSPODĂRIE: Soții/soțiile/partenerii de viață și persoanele aflate în întreținere care locuiesc la aceeași adresă

NUMĂR DE IDENTIFICARE (ID): Un număr exclusiv atribuit partenerilor Brand Partner Independenți în scopul monitorizării vânzărilor, achizițiilor și pentru înscrierea noilor Brand Partners Independenți în organizație. Pentru Clienți, acest număr urmărește achizițiile efectuate pentru uz personal. Atât partenerii Brand Partner Independenți, cât și Clienții sunt obligați să utilizeze acest număr în toate comunicările și tranzacțiile cu Societatea

RAMURĂ (LEG): O linie de sponsorizare care pornește de la un Brand Partner Independent, trece prin prima linie a acestuia și continuă în jos prin niveluri infinite.

NIVEL: Straturile de Brand Partners din cadrul organizației dumneavoastră. Partenerii Brand Partner înscriși personal de dumneavoastră se află la Nivelul dumneavoastră 1 (adică „Prima linie”). Partenerii Brand Partner pe care aceștia îi înscriu sunt la Nivelul dumneavoastră 2. Partenerii Brand Partner pe care îi înscriu partenerii dumneavoastră Brand Partner de Nivelului 2 sunt la Nivelul dumneavoastră 3.

LINIA DE SPONSORIZARE (LOS): Un raport generat de Amare Global care furnizează date esențiale despre identitatea partenerilor Brand Partners, informații despre vânzări și activitatea de înscriere a organizației fiecărui Brand Partner. Acest raport conține informații confidențiale și secrete comerciale care sunt proprietatea Amare Global.

MATERIAL OFICIAL AMARE GLOBAL: Literatură, materiale audio sau video în orice format și alte materiale tipărite, digitale sau online elaborate, tipărite, publicate și distribuite de către Amare Global.

ORGANIZAȚIE: Clienții și Brand Partners înscriși sub un Brand Partner, inclusiv cei care sunt sponsorizați direct sau indirect de către partenerul Brand Partner Independent și care continuă în jos pe liniile de sponsorizare prin niveluri și ramuri infinite.

RANG PLĂTIT: Rangul salarial real pentru care se califică un Brand Partner Independent în Planul de compensare Amare în timpul unei anumite perioade de comision. Acesta poate fi sau nu egal cu Rangul de recunoaștere al partenerului Brand Partner Independent.

PLASAMENT: Poziția unui Brand Partner în cadrul organizației Sponsorului său.

CALIFICAT/ELIGIBIL: Atunci când un Brand Partner Independent atinge volumul săptămânal sau lunar de vânzări și activitatea organizațională necesare pentru a genera comisioane/bonusuri.

SITE WEB REPRODUS: Un site web pus la dispoziția partenerilor Brand Partner de Amare Global în scopul sponsorizării Clienților și a altor parteneri Brand Partner și al vânzării de produse și servicii Amare Global.

PROGRAMUL SUBSCRIBE AND SAVE: O comandă opțională prestabilită, procesată sistematic, în mod periodic, utilizând metoda de plată preaprobată în sistemul Societății. Programul Subscribe and Save nu este necesar pentru a deveni eligibili în vederea participării la Planul de compensare Amare. Programul Subscribe and Save este sub rezerva unor Condiții de utilizare specifice pentru anumite piețe.

SPONSOR: Un Brand Partner care înscrie un Client sau un alt Brand Partner în Amare Global și este listat ca Sponsor în Acordul de Brand Partner. Acțiunea de a înscrie alte persoane și de a le instrui pentru a deveni Brand Partner se numește „sponsorizare”. Un alt termen pentru Sponsor este Enroller (a se vedea secțiunea 5.11 „Sponsorizare”).

LINIE ASCENDENTĂ: Sponsorii de deasupra unui anumit Brand Partner și care sunt asociați Societății. Acestea sunt persoanele care, sub rezerva calificării vânzătorilor, pot câștiga comisioane din activitățile de vânzare ale respectivului Brand Partner Independent. Linia ascendentă oferă adesea asistență, instruire și mentorat membrilor din linia descendentă pentru a-i ajuta să aibă succes în vânzări și în eforturile lor de afaceri. Linia ascendentă se bazează pe Sponsorizare sau Plasament.

4 CUM SE POATE DEVENI UN BRAND PARTNER INDEPENDENT

4.1 Cerințe pentru a deveni un Brand Partner Independent

- A. Pentru a deveni un Brand Partner Independent Amare, fiecare solicitant trebuie:
- I. Să fie major la data depunerii cererii și/sau să îndeplinească toate celelalte condiții prevăzute de lege pentru a încheia un contract;
 - II. Să ofere informații reale și exacte privind identitatea, domiciliul, numărul de telefon și adresa de e-mail sau orice alte informații pe care Societatea le poate solicita din când în când.
 - III. Să locuiască sau să aibă o adresă validă în țara în care Brand Partner Amare dorește să depună o cerere.
 - IV. Să transmită societății Amare o Cerere și un Acord Brand Partner Amare completate în mod corespunzător sau să furnizeze informații complete, precum și orice documente justificative

- solicitate în timp util.
- V. Să plătească Licența de afaceri (Business License). Licența de afaceri conține tot ceea ce este necesar pentru a demara o afacere Amare: 1 an de acces la Back Office-ul Amare, replicarea site-ului web și dreptul de a achiziționa produsele dumneavoastră la nivelul angro.
 - VI. Să furnizeze un număr unic de identificare în scopuri fiscale sau comerciale, emis de țara în care partenerul Brand Partner solicită aderarea la Amare.
 - VII. Să nu fie angajat în cadrul Amare Global sau soțul/soția unui angajat al Amare Global sau rudă cu un angajat al Amare Global sau să locuiască în aceeași casă cu un astfel de angajat al Amare Global, cu excepția cazului în care Departamentele de Resurse Umane și de Conformitate ale Amare au acordat o autorizație prealabilă.

4.2 Înregistrarea unui nou Brand Partner

- A. Un Brand Partner potențial se poate înscrie singur pe site-ul Sponsorului sau pe site-ul Societății. În acest caz, în locul unui Acord de Brand Partner semnat fizic, Amare Global va accepta înregistrarea pe web și Acordul de Brand Partner acceptând „semnătura electronică” care declară că noul Brand Partner a acceptat Condițiile de utilizare ale acestui Acord de Brand Partner. Vă rugăm să rețineți că o astfel de semnătură electronică constituie un acord obligatoriu din punct de vedere juridic între Brand Partner și Amare Global.
- B. Amare Global își rezervă dreptul de a solicita documente semnate pentru orice cont, indiferent de origine;
- C. Dacă este solicitat, Acordul de Brand Partner semnat trebuie să parvină societății Amare Global în termen de paisprezece (14) zile de la înscriere, în caz contrar, contul va fi suspendat automat;
- D. Documentele semnate, incluzând Acordurile de Brand Partner, dar fără a se limita la acestea, sunt contracte obligatorii din punct de vedere juridic care nu trebuie modificate, falsificate sau schimbate în niciun fel după ce au fost semnate. Informațiile false sau înșelătoare, semnăturile falsificate sau modificările aduse oricărui document, inclusiv formularelor de înregistrare a afacerii, după semnarea unui document, pot conduce la sancțiuni, care pot duce la rezilierea involuntară a Dreptului de distribuție al Brand Partner;
- E. Amare Global își rezervă dreptul de a aproba sau de a refuza Cererea depusă sau înscrierea online;
- F. O Cerere incompletă, incorectă sau frauduloasă va fi considerată nulă de la început;

4.3 Beneficii pentru Brand Partner

- A. Odată ce Cererea și Acordul de Brand Partner au fost acceptate de către Amare, Brand Partner este eligibil să participe la Planul de compensare al Amare Global. În conformitate cu legislația locală și cu politica Societății pentru locația dumneavoastră, aceste beneficii includ dreptul de a:
 - I. Achiziționa produse Amare la prețul de Brand Partner;
 - II. Primi comisioanele și bonusurile aplicabile, astfel cum sunt stabilite în Planul de compensare Amare Global;
 - III. Participa la orice promoții, programe de stimulare sau alte concursuri anunțate de Amare din când în când;

- IV. Înscrie sau sponsoriza alte persoane fizice în calitate de Clienți sau de Brand Partners în activitatea Amare;
- V. Primi periodic documentație Amare și alte comunicări Amare, dacă acordul a fost acordat în timpul procesului de depunere a cererii;
- VI. Participa la activități de sprijin, servicii, formare, motivare și recunoaștere sponsorizate de Amare, cu plata taxelor corespunzătoare, dacă este cazul.

4.3 Numere de identificare

- A. Societatea poate cere solicitantului un CIF (cod de identificare fiscală) propriu în scopuri de declarații fiscale. În conformitate cu dreptul său contractual, Societatea refuză să acorde o poziție de Brand Partner Independent oricărei persoane care nu furnizează codul de identificare sau oricărei persoane care nu dorește să ofere un cod de identificare fiscală (sau un cod numeric personal) în cerere. Este responsabilitatea exclusivă a solicitantului/Brand Partner să se asigure că își exercită activitatea în limitele prezenței sale.
- B. Amare Global își rezervă dreptul de a respinge o cerere sau de a rezilia imediat orice contract existent în cazul în care se stabilește că CIF (codul de identificare fiscală) furnizat în timpul înscrierii este incorect sau invalid;
- C. Amare Global își rezervă dreptul de a reține plățile comisionului pentru orice Brand Partner care nu furnizează propriul său Cod numeric personal și/sau CIF (Cod de identificare fiscală) sau care furnizează informații false. În cazul în care un Brand Partner este o persoană fizică străină cu permis de ședere, Brand Partner trebuie să prezinte societății Amare Global un document cu un Cod de identificare fiscală valabil emis de autoritățile oficiale.
- D. La înscriere, Amare Global va furniza partenerului Brand Partner un Număr de identificare Amare Global. Acest număr va fi utilizat pentru plasarea comenzilor, structurarea organizațiilor și urmărirea comisioanelor și a bonusurilor. Clienții vor avea un număr de identificare separat și distinct pe care îl vor utiliza atunci când comandă produse. Numerele de identificare ale partenerilor Brand Partner Independenți și ale Clienților trebuie să fie menționate în orice corespondență cu Societatea.

4.4 Durata acordului

- A. Termenul Acordului de Brand Partner Independent va începe la data emiterii numărului de identificare și va fi anulat conform prevederilor acestui document sau conform prevederilor din Acordul de Brand Partner Independenți.

4.5 Respectarea legilor, ordonanțelor și standardelor etice

- A. Multe comunități au legi care reglementează anumite afaceri la domiciliu. În majoritatea cazurilor, aceste ordonanțe nu se aplică partenerilor Brand Partner din cauza naturii activităților lor. Cu toate acestea, partenerii Brand Partner trebuie să respecte acele legi care li se aplică. În cazul în care un funcționar sau o agenție guvernamentală notifică un Brand Partner că i se aplică o ordonanță, acesta trebuie să răspundă politicos și cooperant; atunci când este cazul, Brand Partner este încurajat să trimită o copie a ordonanței către Departamentul de conformitate al Amare.

- B. Brand Partner trebuie să respecte Codul de conduită al Asociației Europene de Vânzare Directă (SELDIA) în toate relațiile cu consumatorii, Codul de conduită menționat putând fi consultat pe www.seldia.com.

4.6 Minori

- A. Nicio persoană care este recunoscută ca minoră în statul sau țara sa de reședință nu poate fi Brand Partner Amare. Partenerii Brand Partner nu au dreptul de a sponsoriza sau de a recruta minori în cadrul programului Amare.

4.7 Acțiuni ale membrilor gospodăriei sau ale persoanelor afiliate

- A. În cazul în care orice membru al gospodăriei imediate a unui Brand Partner se angajează în orice activitate care, dacă ar fi efectuată de către Brand Partner, ar încălca oricare dintre prevederile Acordului, această activitate va fi considerată o încălcare de către Brand Partner și Amare va putea lua măsuri disciplinare împotriva Brand Partner. În mod similar, în cazul în care o persoană fizică asociată în orice mod cu o corporație, un parteneriat, un trust sau o altă entitate (denumite în mod colectiv „Entitate comercială”) încalcă Acordul, această acțiune (aceste acțiuni) va (vor) fi considerată(e) o încălcare de către Entitatea comercială, iar Amare poate lua măsuri disciplinare împotriva Entității comerciale.
- B. De asemenea, dacă un Brand Partner se înscrie în Amare Global ca Entitate comercială, fiecare Parte afiliată a Entității comerciale va fi obligată personal și individual să respecte condițiile de utilizare ale Acordului. Aceste părți afiliate nu pot fi cosolicitante sau beneficiare ale unui Drept de distribuție separat pentru Amare Global.

5 GESTIONAREA AFACERII AMARE

5.1 Aderarea la Planul de compensare Amare Global

- A. Partenerii Brand Partner trebuie să adere la termenii Planului de compensare al Amare Global. Abaterile de la Planul de compensare sunt interzise.
- B. Partenerii Brand Partner nu trebuie să ofere oportunitatea Amare, prin intermediul sau în combinație cu orice alt sistem, program sau metodă de marketing, alta decât cea specificată în documentația oficială Amare, sau să se abată în orice mod de la utilizarea exclusivă a formularelor oficiale Amare. Partenerii Brand Partner nu trebuie să solicite sau să încurajeze participarea la Amare în niciun mod care să difere de programul prezentat în documentația oficială Amare. În mod similar, partenerii Brand Partner nu trebuie să solicite sau să încurajeze alte persoane să efectueze achiziții sau plăți către orice persoană sau altă entitate pentru a participa la Planul de compensare al Amare Global, cu excepția achizițiilor sau plăților identificate ca fiind recomandate sau necesare în documentația oficială Amare.
- C. Partenerii Brand Partner nu trebuie să solicite sau să încurajeze un Client actual sau potențial sau un Brand Partner să efectueze o achiziție sau o plată către o persoană sau o altă entitate ca o condiție pentru participarea la Planul de compensare Amare Global, cu excepția achizițiilor sau plăților necesare pentru a-și dezvolta în mod natural afacerea.

5.2 Fără compensații numai pe baza înscrierii

- A. Planul de compensare Amare Global este conceput pentru a recompensa doar vânzările de produse. Partenerii Brand Partner nu primesc nicio compensație pentru înscrierea sau sponsorizarea altor parteneri Brand Partner.

5.3 Fără compensații garantate

- A. Compensația câștigată de partenerii Brand Partner va varia semnificativ de la un Brand Partner la altul. Succesul unui Brand Partner va fi determinat de mai mulți factori care ar putea să nu fie consecvenți sau duplicabili. Succesul se va baza în mod constant pe efortul fiecărui Brand Partner. Generarea unei compensații considerabile necesită timp, efort și angajament. Nu există nicio garanție de succes financiar sau de asigurare a vreunui nivel de profit. Mulți Brand Partner nu se pot califica niciodată pentru a primi bonusuri

5.4 Programe speciale

- A. Bonusuri și promoții speciale: Amare Global va face publicitate sau va oferi bonusuri speciale și/sau promoții Clienților și partenerilor Brand Partner. Aceste promoții vor varia, iar detaliile vor fi puse la dispoziție cu fiecare promoție. Clienții și partenerii Brand Partner sunt înscriși automat în fiecare promoție și sunt de acord cu condițiile de utilizare ale fiecărei promoții.
- B. Manipularea programelor speciale: În cazul în care Brand Partner se angajează în vreo activitate care manipulează oricare dintre Programele speciale în avantajul nedrept al Brand Partner sau cauzează prejudicii sau daune materiale societății Amare Global, o astfel de activitate se va considera o încălcare din partea Brand Partner, iar Amare Global poate lua măsuri disciplinare împotriva acestuia în conformitate cu acest Manual de politici.

5.5 Publicitatea în general

- A. Toți partenerii Brand Partner trebuie să protejeze și să promoveze buna reputație a Amare și a produselor sale. Comercializarea și promovarea Amare, a oportunității Amare, a Planului de compensare globală și a produselor Amare trebuie să fie în concordanță cu interesul public.

Partenerii Brand Partner trebuie să evite orice comportament sau practici înșelătoare, mincinoase, agresive, neloiale, lipsite de etică, imorale, discordante sau inadecvate. Partenerii Brand Partner nu vor viza consumatorii vulnerabili, inclusiv proaspeții părinți în primele 8 săptămâni de la nașterea copilului sau rudele unei persoane decedate recent.

5.6 Identificarea rangului

- A. Amare Global poate recunoaște partenerii Brand Partner pe baza unor criterii și cerințe periodice. Recunoașterea poate avea loc la anumite evenimente, convenții, publicații și reviste. Rangul de recunoaștere al unui Brand Partner, astfel cum este definit în Planul de compensare Amare, va fi utilizat de obicei pentru recunoaștere dacă acesta a obținut acest rang în cel puțin una din cele mai recente douăsprezece luni. Noile avansări în rang sunt excepții de la această condiție.

- B. Utilizarea oricărui rang sau titlu înșelător sau neautorizat reprezintă o încălcare a Acordului de Brand Partner Independent și a acestor Politici și proceduri

5.7 Reputația în afaceri

- A. Pentru a promova atât produsele, cât și oportunitatea extraordinară pe care o oferă Amare, partenerii Brand Partner trebuie să utilizeze instrumentele de vânzare și materialele de sprijin produse de Amare. În mod alternativ, partenerul Brand Partner își poate dezvolta propriile instrumente de vânzare și materiale de sprijin dacă partenerul Brand Partner obține aprobarea scrisă și autorizația din partea Amare pentru a se conforma cerințelor juridice vaste și complexe ale legilor supranaționale, naționale și locale. Încălcarea acestei politici (inclusiv publicitatea neautorizată pe internet) nu numai că constituie o încălcare materială a Acordului, dar pune în pericol oportunitatea Amare pentru toți partenerii Brand Partner.

5.8 Întâlniri ale partenerilor Brand Partner

- A. Partenerii Brand Partner nu vor organiza nicio întâlnire și nu vor utiliza nicio locație Amare pusă la dispoziție pentru întâlnirile partenerilor Brand Partner pentru a promova produse sau servicii ale unei alte companii decât Amare sau pentru a promova orice organizație sau grup religios, social sau frățesc. Toate prezentările de la orice întâlnire ale partenerilor Brand Partner vor fi în conformitate cu legile și reglementările locale, iar conținutul va fi în concordanță cu materialele de marketing Amare publicate oficial pentru țara în care are loc întâlnirea cu Brand Partner.

5.9 Entități comerciale

- A. O corporație, un parteneriat sau un trust (denumite colectiv în această secțiune „Entitate comercială”) poate solicita să devină Brand Partner Amare.
- B. Această activitate și acest rol de Brand Partner vor rămâne temporare până la depunerea documentelor corespunzătoare. Entitatea comercială trebuie să prezinte Certificatul său de constituire, Acordul de parteneriat sau documentele fiduciare și orice documente guvernamentale corespunzătoare care dovedesc existența întreprinderii (aceste documente sunt denumite în mod colectiv „Documentele entității”) către Amare, împreună cu o Anexă la cererea de afacere, care este încorporată în Acord și face parte integrantă din acesta. Amare Global trebuie să primească aceste documente în termen de paisprezece (14) zile de la data semnării Acordului de Brand Partner. În cazul în care aceste documente nu sunt primite la timp, Acordul poate fi anulat la alegerea Amare Global. O entitate comercială nu poate fi înscrisă online.
- C. O afacere Amare își poate schimba statutul sub același sponsor de la o persoană fizică la un parteneriat, corporație sau trust, sau de la un tip de entitate la altul, dar va impune respectarea procesului normal de Schimbare a proprietății. Anexa la cererea de afacere trebuie să fie semnată de către toți acționarii, asociații sau administratorii. Membrii entității sunt răspunzători în mod solidar pentru orice datorii sau alte obligații față de Amare Global. Modificările Entității comerciale nu pot fi utilizate pentru a eluda normele privind Schimbarea genealogiei sau Schimbarea proprietății.

5.10 Beneficiarii efectivi ai Afacerii Amare Global

- A. Cu excepția celor prevăzute în prezenta secțiune 5, un Brand Partner poate opera sau avea un interes de proprietate, legal sau echitabil, în calitate de proprietar unic, partener, acționar, administrator sau beneficiar, într-o singură (1) afacere Amare Global. Nicio persoană fizică nu poate avea, opera sau primi remunerație de la mai mult de o afacere Amare Global. Cu excepția celor prevăzute mai jos, este interzis să se dețină simultan Interese în mai multe Drepturi de distribuție.
- B. Persoanele aparținând aceleiași familii pot intra sau deține fiecare un interes în propriile lor afaceri Amare Global separate, numai dacă fiecare poziție familială ulterioară este plasată în Prima linie față de primul membru al familiei înscris. Conturile soțului/soției sunt excluse.
- C. Persoanele fizice, precum și soții/soțiile acestora, trebuie să fie înscrise într-un singur contract de distribuție și nu pot deține un interes benefic într-un cont de Brand Partner suplimentar până când contul original nu a atins Rangul de carieră Silver sau mai sus, astfel cum este definit în Planul de compensare. Conturile suplimentare trebuie să fie plasate în Prima linie a contului inițial și să aibă un număr de identificare fiscală unic și valabil, diferit de cel al contului inițial.
- D. O persoană fizică care este înscrisă în calitate de Client poate să își convertească numai contul de client existent într-o poziție de Brand Partner și nu i se va permite să dețină atât un cont de client, cât și un cont de Brand Partner. Amare Global poate lua măsuri adecvate împotriva unui Brand Partner dacă stabilește, la propria sa discreție, că respectivul Brand Partner încearcă să manipuleze planul de compensare și/sau promoțiile prin conturi multiple sau duplicate.

5.11 Sponsorizare

- A. Enrollerul este persoana care prezintă Amare Global unui Brand Partner sau unui Client, îl ajută să își finalizeze înscrierea și îi sprijină și instruieste pe cei din linia sa descendentă. Amare Global îl recunoaște pe Enroller ca fiind numele indicat(e) pe primul:
 - I. Acord de Brand Partner Amare Global semnat fizic inclus în dosar; sau
 - II. Acord de Brand Partner semnat electronic de pe amareglobal.com sau de pe site-ul web replicat al unui Brand Partner Amare Global.
 - III. Acordul de Brand Partner care conține notații precum „prin telefon” sau semnăturile altor persoane fizice (de exemplu, Sponsorii, Soți, Rude sau Prieteni) nu este valabil și nu va fi acceptat de către Amare Global.
 - IV. Toți partenerii Brand Partner cu o reputație bună au dreptul să sponsorizeze și să înscrie alte persoane în Amare Global.
- B. În timpul activităților de sponsorizare, nu este neobișnuit să se întâlnească situații în care mai mulți Brand Partner vor aborda același prospect. Este o curtoazie acceptată că noul prospect va fi sponsorizat de primul Brand Partner care a prezentat o introducere cuprinzătoare a produselor sau a oportunității de afaceri Amare Global. Cu toate acestea, Amare Global recunoaște că fiecare prospect nou are dreptul de a-și alege propriul Sponsor.
- C. Un Brand Partner are dreptul să înscrie sau să sponsorizeze alți Brand Partners numai pe piețele și în țările autorizate de Amare Global

5.12 Erori sau întrebări

- A. Dacă un Brand Partner are întrebări sau crede că s-au făcut erori cu privire la comisioane, bonusuri, rapoarte de activitate pe linia descendentă sau taxe, acesta trebuie să notifice societatea Amare în scris în termen de 60 de zile de la data presupusei erori sau incidentului în cauză. Amare nu va fi responsabilă pentru nicio eroare, omisiune sau problemă care nu i-a fost raportată în termen de 60 de zile.

5.13 Statutul de contractant independent

- A. Partenerii Brand Partner sunt contractori independenți. Acordul dintre Amare și partenerii Brand Partner nu creează o relație de tip angajator/angajat, agenție, parteneriat sau joint venture între Societate și Brand Partner, iar relația nu implică achiziționarea unei francize sau achiziționarea unei oportunități de afaceri. Partenerul Brand Partner nu are nicio autoritate (explicită sau implicită) de a obliga Societatea să respecte vreo obligație. Fiecare Brand Partner își stabilește propriile obiective, ore și metode de vânzare, precum și alte mijloace de operare a afacerii independente a partenerului Brand Partner, cu excepția cazului în care obligațiile contractuale ale Brand Partner și legile aplicabile pot limita acest lucru.
- B. Denumirea Amare și alte denumiri care pot fi adoptate de Amare sunt denumiri comerciale, mărci comerciale și mărci de servicii deținute de Amare. Ca atare, aceste mărci au o mare valoare pentru Amare și sunt furnizate partenerilor Brand Partner pentru a fi utilizate numai într-un mod expres autorizat. Se interzice utilizarea denumirii Amare pe orice articol care nu este produs de companie, cu următoarele excepții:
- C. [Numele Brand Partner] Brand Partner Independent Amare Global
[Numele Brand Partner] Brand Partner Independent al produselor și serviciilor Amare Global.
- D. Toți partenerii Brand Partner se pot prezenta ca „Brand Partner Independent Amare Global” sau „Brand Partner Independent al produselor și serviciilor Amare Global” în paginile albe sau galbene ale anuarului telefonic sub propriul nume. Niciun Brand Partner nu poate plasa anunțuri în directorul telefonic folosind numele sau logoul Amare. Partenerii Brand Partner nu pot răspunde la telefon spunând „Amare”, „Amare Global” sau în orice alt mod care ar putea face apelantul să creadă că a sunat la birourile corporative ale societății Amare.
- E. Este interzis pentru un Brand Partner să obțină orice datorie, cheltuială, obligație sau să creeze un cont curent în contul, pentru sau în numele Amare Global.

Partenerii Brand Partner sunt responsabili pentru plata tuturor cheltuielilor pe care le suportă în scopul desfășurării afacerii lor Amare Global. Aceste cheltuieli includ și nu se limitează la călătorii, alimente, cazare, taxe de birou. În calitate de contractori independenți, partenerii Brand Partner controlează modul în care își desfășoară propria afacere Amare Global, sub rezerva condițiilor de utilizare ale acestui Acord.

5.14 Asigurarea acoperirii activităților comerciale

- A. Amare nu oferă acoperire de asigurare pentru activitățile dumneavoastră de afaceri independente. Partenerii Brand Partner pot dori să încheie o asigurare pentru afacerea lor, după cum consideră necesar.

5.15 Acoperirea răspunderii pentru produse

- A. Amare menține asigurări pentru a proteja Societatea și partenerii Brand Partner împotriva reclamațiilor privind răspunderea pentru produse prin intermediul unei „Aprobări a furnizorilor” care extinde acoperirea la partenerii Brand Partner Independenți atât timp cât aceștia comercializează produsele Amare în conformitate cu Politicile societății și cu legile și reglementările aplicabile. Polița de răspundere civilă pentru produse a Amare nu extinde acoperirea la reclamații sau acțiuni care apar ca urmare a comportamentului necorespunzător al unui Brand Partner în comercializarea produselor sau la alți factori de risc implicați în activitățile comerciale independente ale Brand Partner.

6 PUBLICITATE, MATERIALE PROMOȚIONALE, UTILIZAREA DENUMIRILOR ȘI A MĂRCILOR COMERCIALE ALE SOCIETĂȚII

6.1 Proprietatea intelectuală a Amare Global

- A. Proprietatea intelectuală a Amare Global include mărcile sale comerciale, mărcile de servicii, denumirile comerciale, drepturile de autor și conținutul licențiat sau deținut de Amare Global. Partenerii Brand Partner recunosc că acestea sunt active valoroase ale Amare Global. Prin utilizarea proprietății intelectuale a Amare Global, astfel cum se permite în temeiul acestui document, partenerii Brand Partner iau act de faptul că nu au niciun drept de proprietate asupra proprietății intelectuale și că Amare Global păstrează exclusiv toate drepturile asupra proprietății sale intelectuale și asupra fondului comercial aferent acestora.

6.2 Utilizarea denumirilor de companii, a mărcilor comerciale și a materialelor protejate prin drepturi de autor

- A. Un Brand Partner al Amare Global trebuie să protejeze și să promoveze buna reputație a Amare Global și a produselor și serviciilor sale. Marketingul și promovarea Amare Global, a oportunității Amare Global, a Planului de compensare și a produselor și serviciilor Amare Global vor fi în concordanță cu interesul public și trebuie să evite orice comportament și practici discordante, mincinoase, înșelătoare, lipsite de etică sau imorale.
- B. Toate materialele promoționale furnizate sau create de Amare Global trebuie utilizate în forma lor originală și nu pot fi schimbate, modificate sau alterate decât cu aprobarea scrisă prealabilă a Departamentului de conformitate al Amare Global.
- C. Denumirea Amare Global, fiecare dintre denumirile produselor și serviciilor sale și alte denumiri care au fost adoptate de Amare Global în legătură cu activitatea sa sunt denumiri comerciale, mărci comerciale și mărci de servicii exclusive ale Amare Global. Ca atare, aceste mărci au o mare valoare pentru Amare Global și sunt furnizate partenerilor Brand Partner pentru a fi utilizate numai într-un mod expres autorizat.
- D. Utilizarea numelui „Amare Global” de către un Brand Partner al Amare Global este restricționată pentru a proteja drepturile de proprietate ale Amare Global, asigurându-se că drepturile de proprietate intelectuală asupra numelui Amare Global nu vor fi pierdute sau compromise prin utilizare neautorizată. Utilizarea numelui Amare Global pe orice articol care nu este produs sau

autorizat de Amare Global este interzisă, cu următoarele excepții:

- I. [Numele Brand Partner] Brand Partner Independent Amare Global
- II. [Numele Brand Partner] Brand Partner Independent al produselor și serviciilor Amare Global.
- III. Site-urile web pot conține următoarele în adresa URL: AmareGlobalIndependentDist/BP Nume

E. Procedurile suplimentare referitoare la utilizarea denumirii Amare Global sunt următoarele:

- I. Partenerii Brand Partner își pot produce propriile articole de papetărie (de exemplu, antet, plicuri și cărți de vizită) care poartă numele sau logoul Amare Global fără aprobarea scrisă a Societății, dacă articolele de papetărie indică în mod clar că Brand Partner este un contractant independent și conțin numărul de cont Amare al Brand Partner.

O astfel de divulgare trebuie să includă mențiunea „[numele partenerului Brand Partner] Brand Partner Independent al Amare Global, număr de identificare (ID) al Brand Partner nr. [xxxx]” sau “[numele partenerului Brand Partner] Brand Partner Independent al produselor și serviciilor Amare Global, număr de identificare (ID) al Brand Partner [xxxx]”.

- II. Partenerii Brand Partner se pot înscrie ca „Brand Partner Independent al Amare Global” sau ca „Brand Partner” în paginile albe ale directorului telefonic sau în directoarele de afaceri online, sub numele lor propriu.
- III. Partenerii Brand Partner ai Amare Global nu pot utiliza numele Amare Global atunci când răspund la telefon, când creează un mesaj vocal sau când utilizează un serviciu de răspuns, de exemplu pentru a da impresia apelantului că a sunat la sediul central. Ei pot menționa: „Brand Partner Independent al Amare Global.”

F. Fotografiile și elementele grafice vizuale utilizate în reclamele, ambalajele și site-urile web ale Amare Global sunt rezultatul contractelor cu furnizorii externi. Partenerii Brand Partner nu au voie să utilizeze astfel de fotografii sau imagini fără aprobarea furnizorului. Tot conținutul din acest domeniu (software, design, video, imagine, fotografie, grafică, muzică și orice material audiovizual similar) face obiectul tuturor drepturilor intelectuale, industriale, financiare, legale, în special drepturi de autor și drepturi conexe, aparținând exclusiv furnizorul respectiv. În cazul în care un Brand Partner dorește să utilizeze aceste fotografii sau grafice, acesta trebuie să încheie contracte individuale cu furnizorii, să respecte condițiile specificate și să obțină permisiunea de utilizare, inclusiv orice taxe aplicabile solicitate de furnizor. În caz contrar, Brand Partner va unica persoană responsabilă pentru orice daune directe sau indirecte, negative sau pozitive, materiale sau morale suferite de el însuși și/sau de Amare Global. Amare Global nu poate fi acuzată de nicio greșală în această privință și nu poate fi formulată nicio cerere de recurs.

G. Amare Global produce în mod regulat evenimente în direct și înregistrate, precum și webinare și conferințe telefonice. În cadrul acestor evenimente apar și iau cuvântul directori ai Societății, parteneri Brand Partner și invitați. Conținutul unor astfel de evenimente este material protejat de drepturi de autor care este deținut exclusiv de Amare Global. Partenerii Brand Partner nu pot înregistra astfel de evenimente sau funcții ale companiei din niciun motiv, indiferent dacă un astfel de eveniment este în direct, un webinar, prin conferință telefonică sau transmis prin orice alt mijloc.

H. Instrumentele și materialele promoționale și de vânzări produse de Societate, materialele video, audio, podcasturile și materialele tipărite sunt, de asemenea, protejate de drepturi de autor. Partenerii Brand Partner nu trebuie să copieze sau să producă derivate ale unor astfel de

materiale pentru uz personal sau de afaceri fără aprobarea prealabilă scrisă a Societății.

- I. Amare Global își rezervă dreptul de a anula aprobarea prealabilă a oricărui ajutor de vânzări sau material promoțional pentru a se conforma legilor și reglementărilor în schimbare și poate solicita eliminarea de pe piață a unor astfel de materiale fără obligații financiare pentru partenerul Brand Partner afectat.
- J. Partenerii Brand Partner nu pot insinua că Amare Global are vreo aprobare, sponsorizare, sprijin din partea unei entități terțe sau altă afiliere conexă prin conținutul creat sau acțiunile partenerului Brand Partner.

6.3 Puncte de vânzare, unități legate de servicii și vânzări comerciale

- A. Amare încurajează cu tărie vânzarea produselor sale prin intermediul contactului de la persoană la persoană. Pentru a păstra valoarea mărcii Amare și pentru a contribui la asigurarea unui standard de corectitudine pentru baza sa de parteneri Brand Partner, partenerii Brand Partner nu pot, fără permisiunea scrisă prealabilă a societății, să expună sau să vândă produse sau documentație Amare în orice unitate de vânzare cu amănuntul, cu ridicata, de depozitare sau de reducere, sau pe orice site online de vânzare cu amănuntul, de licitație sau de cumpărare-vânzare (inclusiv, dar fără a se limita la Amazon și eBay), cu excepția celor prevăzute în acest document.
- B. Amare va permite partenerilor Brand Partner să solicite și să realizeze vânzări în unități de vânzare cu amănuntul sau de servicii, atât timp cât reprezintă: (1) o unitate de vânzare cu amănuntul independentă deținută la nivel local și care nu face parte dintr-un lanț național, regional sau statal; sau (2) un cabinet al unui medic; sau
- C. (3) o unitate legată de servicii. O unitate legată de servicii este o unitate comercială al cărei venit principal este obținut prin furnizarea de servicii personale, mai degrabă decât prin vânzarea de produse. Astfel de unități includ cluburi de sănătate sau centre de fitness; saloane de înfrumusețare; și orice altă afacere în care utilizarea de către clienți a unității este controlată prin aderare sau programare. Amare Global își rezervă dreptul de a lua decizia finală dacă o unitate este legată de servicii sau dacă este un loc adecvat pentru vânzarea produselor sale.
- D. Amare va permite partenerilor Brand Partner să solicite și să efectueze vânzări comerciale cu aprobarea prealabilă scrisă a societății. În sensul Politicilor și procedurilor din acest document, termenul „vânzare comercială” înseamnă vânzarea: (a) de produse Amare la valoarea de sau care depășesc 800 EUR într-o singură comandă; și (b) Unei părți terțe care intenționează să revândă produsele unui consumator final.

6.4 Materiale publicitare și promoționale

- A. Partenerii Brand Partner nu pot face publicitate produselor sau serviciilor Amare Global la un preț mai mic decât prețul cu amănuntul sugerat (SRP); Nu este permisă publicitatea specială de atragere. Aceasta include, dar fără a se limita la acestea, oferte de transport gratuit sau alte astfel de oferte care acordă avantaje dincolo de cele disponibile prin intermediul Amare Global.
- B. Toți partenerii Brand Partner trebuie să protejeze și să promoveze buna reputație a Amare Global și a produselor sale. Publicitatea, marketingul și promovarea Amare Global, a oportunității Amare

Global, a Planului de compensare și a produselor și serviciilor Amare Global trebuie să fie în concordanță cu interesul public și trebuie să evite orice comportament sau practici discordante, mincinoase, înșelătoare, lipsite de etică sau imorale. Prin urmare, publicitatea și toate formele de promovare și comunicare trebuie să adere la principiile onestității și corectitudinii. Toate reclamele sau comunicările trebuie să indice în mod clar că nu sunt semnate de Amare Global sau de oricare dintre companiile afiliate acestuia și că proprietarul site-ului poartă întreaga responsabilitate pentru conținut.

- C. Utilizarea Proprietății intelectuale a Amare în site-uri digitale și web plătite este INTERZISĂ. Partenerii Brand Partner nu pot utiliza nicio formă a proprietății intelectuale a Amare Global pentru a licita pentru publicitatea plătită, inclusiv „typosquatting” sau cuvinte cheie pentru produse individuale etc., fără permisiunea scrisă specifică din partea Amare Global Compliance.
- D. Partenerii Brand Partner sunt încurajați să utilizeze instrumentele de vânzare și materialele de sprijin produse de Amare Global. Totuși, dacă partenerii Brand Partner doresc, își pot dezvolta și produce propriile materiale promoționale și instrumente de vânzare cu condiția ca toate aceste materiale promoționale și instrumente de vânzare să respecte cu strictețe următoarele cerințe:
- I. În materiale nu pot fi incluse afirmații false sau înșelătoare cu privire la venituri, la stilul de viață, la oportunități sau la planuri de compensare. A se vedea secțiunea 8.
 - II. Orice afirmații despre produsele Amare Global care sunt incluse în astfel de materiale trebuie să fie în conformitate cu secțiunea 6 de mai sus. Pe scurt, nu se pot face afirmații cu privire la produsele Amare Global, cu excepția celor făcute de companie în materialele sale oficiale.
 - III. Toate aceste materiale trebuie să conțină următoarea declarație: „Acest material publicitar a fost produs de [Nume], un partener de Brand Partner Independent pentru Amare Global, care este singurul responsabil pentru conținutul său. Acest material publicitar nu a fost conceput, dezvoltat, produs sau aprobat de Amare Global. Mărci comerciale Amare Global utilizate cu permisiune.” Această divulgare trebuie să fie plasată în mod vizibil pe sau în instrumentul de vânzare sau în alte materiale promoționale.
 - IV. Pe toate materialele promoționale online pe care le produce un Brand Partner, materialele promoționale trebuie să includă, pe lângă informațiile de mai sus, și numărul de identificare Amare Global al partenerului Brand Partner.
 - V. Orice afișare a mărcilor comerciale sau a logourilor Amare Global trebuie să respecte cea mai recentă versiune a Ghidului de stil pentru partenerii Brand Partner Amare, disponibil în back-office-ul Amare. Orice actualizare a stilurilor din Ghidul de stil trebuie să fie pusă în aplicare și respectată în termen de 14 zile de la publicarea unui ghid actualizat.
 - VI. Anunțurile „orbe” (anunțuri care nu menționează sau nu identifică partenerul Brand Partner, Amare Global sau oportunitatea sau produsele Amare Global) care promovează în orice mod oportunitatea sau produsele Amare Global sunt interzise.
 - VII. Partenerii Brand Partner care elaborează instrumente de vânzare și materiale promoționale pot pune astfel de materiale la dispoziția altor parteneri Brand Partner, dar nu le pot vinde altor parteneri Brand Partner sau percepe taxe pentru utilizarea lor de către alți parteneri Brand Partner.
- E. Amare Global își rezervă dreptul de a solicita ca un Brand Partner să înceteze imediat utilizarea sau afișarea materialelor promoționale și auxiliare de vânzări concepute, dezvoltate sau produse de Brand Partner, la discreția sa. Partenerii Brand Partner renunță la orice pretenții față de Amare Global, ofițerii, directorii, proprietarii, angajații și agenții săi pentru daune, cheltuieli, costuri sau remunerații de orice altă natură care rezultă din sau sunt legate de o astfel de reziliere.

6.5 Renunțarea la dreptul de publicitate

- A. Partenerul Brand Partner autorizează Societatea să utilizeze numele, fotografia, povestea personală și/sau imaginea sa în materiale publicitare sau promoționale în legătură cu activitatea Societății și renunță la orice pretenție de remunerare pentru o astfel de utilizare. În cazul în care un Brand Partner nu dorește să participe la materialele de vânzări și marketing ale Amare Global, acesta trebuie să transmită o notificare scrisă Departamentului de conformitate al Amare Global pentru a se asigura că mărturia sau imaginea și asemănarea sa nu vor fi utilizate în niciun material corporativ, piese de recunoaștere corporativă, publicitate sau înregistrări ale evenimentelor anuale.

6.6 Mass-media și solicitări de informații din partea mass-media

- A. Partenerii Brand Partner convin că vor primi aprobarea Departamentului de conformitate înainte de a iniția contactul sau de a contacta orice entitate media, inclusiv, fără limitare, televiziunea, radioul, ziarele, revistele etc. pentru a-și promova afacerile independente Amare Global sau pentru a discuta orice aspect al Amare Global, produsele sale, modelul de afaceri, planul de compensare sau oportunitatea de afaceri.
- B. Partenerii Brand Partner nu trebuie să apară sau să folosească televiziunea sau radioul sau să folosească orice alt mijloc de comunicare pentru a promova sau discuta despre Amare Global sau despre programele, produsele sau serviciile acestora fără permisiunea scrisă prealabilă a Departamentului de Conformitate al Amare Global.
- C. Toate solicitările mass-media trebuie transmise imediat către Amare Global. Partenerii Brand Partner nu trebuie să încerce să răspundă solicitărilor mass-media cu privire la Amare Global, produsele sau serviciile sale sau la afacerile lor independente cu Amare Global fără aprobarea Departamentului de Conformitate. Toate cererile din partea oricărui tip de mass-media trebuie să fie imediat adresate Companiei. Această politică este menită să asigure furnizarea către public a unor informații corecte și consecvente, precum și o imagine publică adecvată.

6.7 Spamming și comunicări în masă nesolicitate

- A. Partenerii Brand Partner trebuie să respecte legile, regulile sau ordonanțele locale cu privire la comunicarea în masă nesolicitată sau la solicitare. Ca regulă generală, partenerii Brand Partner nu pot utiliza sau transmite faxuri nesolicitate, distribuie în masă de e-mailuri, e-mailuri nesolicitate sau „spamming” în legătură cu funcționarea activităților lor Amare. Termenii „faxuri nesolicitate” și „e-mailuri nesolicitate” înseamnă transmiterea prin fax telefonic și, respectiv, prin poștă electronică, a oricărui material sau informație care face publicitate sau promovează Amare, produsele sale, planul său de compensare sau orice alt aspect al companiei care este transmis oricărei persoane, cu excepția faptului că acești termeni nu includ un fax sau e-mail: (a) oricărei persoane cu invitația sau permisiunea expresă prealabilă a respectivei persoane; sau (b) oricărei persoane cu care partenerul Brand Partner are o relație de afaceri sau personală stabilită. Termenul „relație de afaceri sau personală stabilită” înseamnă o relație anterioară sau existentă formată printr-o comunicare voluntară în ambele sensuri între un Brand Partner și o persoană, pe baza următoarelor: (a) o anchetă, o cerere, o achiziție sau o tranzacție efectuată de persoana respectivă cu privire la produsele oferite de respectivul Brand Partner; sau (b) o relație personală sau familială, care nu a fost încheiată anterior de niciuna dintre părți.

6.8 Telemarketing

- A. Partenerii Brand Partner trebuie să respecte legile, regulile sau ordonanțele locale cu privire la comunicarea în masă nesolicitată sau la solicitare. Legile restricționează drastic operațiunile de telemarketing și sunt extrem de tehnice. Aceste reguli sunt furnizate ca o facilitate pentru Brand Partner (dar nu ca un sfat juridic). Partenerii Brand Partner sunt răspunzători de cunoașterea și respectarea tuturor legilor aplicabile privind telemarketingul. Atunci când încheie contracte cu furnizori, partenerii Brand Partner trebuie să confirme că serviciile furnizorului sunt conforme cu toate legile aplicabile. Acțiunile sau omisiunile furnizorului partenerului Brand Partner vor fi considerate acțiuni sau omisiuni ale partenerilor Brand Partner
- B. Partenerii Brand Partner nu trebuie să se angajeze în activități de telemarketing legate de funcționarea afacerilor lor Amare.
- C. Termenul „telemarketing” înseamnă acțiunea de a vinde, de a solicita, de a comercializa, de a promova sau de a furniza informații cu privire la un produs sau serviciu utilizând un telefon, un telefon mobil, un mesaj text, un fax, un dispozitiv de apelare automată, o înregistrare vocală preînregistrată sau artificială sau un dispozitiv similar.
- D. „Apelurile reci” efectuate către potențiali Clienți sau parteneri Brand Partner care promovează produsele Amare sau oportunitatea Amare constituie telemarketing și sunt interzise.
- E. Fără a aduce atingere celor de mai sus, un partener Brand Partner poate efectua apeluri telefonice către un potențial Client sau partener Brand Partner (un „prospect”) în următoarele situații limitate:
- Dacă partenerul Brand Partner are o relație de afaceri stabilită cu clientul potențial. O „relație de afaceri stabilită” este o relație între un Brand Partner și un prospect bazată pe:
 - I. Achiziționarea, închirierea sau leasingul de către prospect a unor bunuri sau servicii de la partenerul Brand Partner în cele optsprezece (18) luni imediat anterioare datei apelului telefonic pentru a determina clientul potențial să achiziționeze un produs sau servicii:
 - II. O tranzacție financiară între prospect și partenerul Brand Partner în decursul celor optsprezece (18) luni imediat anterioare datei unui astfel de apel.
 - Întrebarea sau cererea personală a prospectului cu privire la un produs sau serviciu oferit de partenerul Brand Partner în cele trei (3) luni imediat anterioare datei unui astfel de apel.
- F. În cazul în care partenerul Brand Partner primește permisiunea scrisă și semnată din partea potențialului client care autorizează Brand Partner să sune. Autorizația trebuie să specifice numărul (numerele) de telefon pe care partenerul Brand Partner este autorizat să le apeleze.
- G. Partenerii Brand Partner pot apela membri ai familiei, prieteni intimi și cunoscuți. O „cunoștință” este o persoană cu care un Brand Partner are cel puțin o relație recentă directă (de exemplu, Partenerul Brand Partner a cunoscut-o personal recent). Rețineți, totuși, că dacă un Brand Partner își face un obicei din a „colecta cărți de vizită” de la toți cei pe care îi întâlnește și de a-i suna ulterior, legislația locală poate considera că aceasta este o formă interzisă de telemarketing. Astfel, în cazul în care un Brand Partner se angajează să sune „cunoștințe”, acesta trebuie să facă astfel de apeluri doar ocazional și nu ca o practică obișnuită.

- H. În plus, partenerii Brand Partner nu trebuie să utilizeze sisteme automate de apelare telefonică în legătură cu funcționarea activităților lor Amare. Termenul „sistem automat de apelare telefonică” înseamnă un echipament în măsură: (a) să stocheze sau să producă numere de telefon care urmează să fie apelate, utilizând un generator de numere aleatorii sau secvențiale; și (b) să formeze astfel de numere.
- I. Partenerii Brand Partner trebuie să întrerupă imediat activitatea de telemarketing dacă primesc o notificare din partea unei autorități guvernamentale cu privire la activitatea lor de telemarketing. Partenerii Brand Partner trebuie să raporteze imediat toate aceste notificări către Amare.

6.9 Saloane comerciale, expoziții și alte forumuri de vânzări

- A. Partenerii Brand Partner pot expune și/sau vinde produse Amare la târguri și expoziții profesionale.
- B. Niciun alt produs sau serviciu nu poate fi oferit sau promovat în cadrul evenimentului de către partenerul Brand Partner. Înainte de a depune un depozit la promotorul evenimentului, partenerii Brand Partner trebuie să contacteze în scris Departamentul de conformitate pentru aprobare condiționată.
- C. Aprobarea este acordată numai pentru evenimentul specificat. Orice solicitare de participare la evenimente viitoare trebuie să fie trimisă din nou Departamentului de conformitate pentru partenerii Brand Partner.
- D. În cazul în care la standul evenimentului se utilizează materiale de marketing sau promoționale, semne sau bannere, acestea pot promova numai produsele sau serviciile Amare Global și trebuie să susțină imaginea de calitate a Amare Global.
Partenerul sau partenerii Brand Partner care lucrează la eveniment trebuie să indice în mod clar că sunt parteneri Brand Partner independenți ai Amare Global și nu angajați ai Amare Global. Partenerii Brand Partner și fiecare persoană care lucrează în stand în cadrul evenimentului trebuie să respecte toate dispozițiile aplicabile ale acestui Acord. Partenerii Brand Partner și orice alte persoane care lucrează la standul unui eveniment nu trebuie să facă declarații de venit false sau înșelătoare. Mențiunile privind produsele trebuie să fie conforme cu secțiunea 8.
- E. Pentru a-și păstra marca valoroasă, Amare își rezervă dreptul de a refuza autorizarea de a participa la orice funcție pe care nu o consideră un forum adecvat pentru promovarea produselor sale sau oportunitatea Amare. Nu se vor aproba întâlniri de schimb, vânzări de garaj, piețe de vechituri sau piețe ale fermierilor, deoarece aceste evenimente nu conduc la imaginea profesională pe care Amare dorește să o prezinte.

6.10 Restricții privind internetul și site-urile web ale terților

- A. Amare încurajează cu tărie toți partenerii Brand Partner să utilizeze site-ul web al companiei care se auto-replică. Aceste site-uri web sunt dezvoltate și întreținute de Amare pentru a se asigura că sunt conforme cu toate domeniile de drept aplicabile. Un Brand Partner nu poate utiliza sau încerca să înregistreze niciun nume comercial, marcă comercială, nume de servicii, marcă de servicii, nume de produse, fraze publicitare, numele Amare sau orice derivat al acestora care ar putea încălca proprietatea intelectuală a Amare Global pentru niciun nume de domeniu de

internet (URL), adresă de e-mail sau cont de social media. Exemple de utilizare care nu sunt acceptate sunt:

- I. www.amare-global.com, www.amareglbl.com, www.amarglobal.com etc.
 - II. amareglobalchris@gmail.com, amarechris@gmail.com etc.
 - III. @amareglobalchris, @amarglbl etc.
- B. Nu sunt permise paginile de marketing social media marca Amare Global, cum ar fi, dar fără a se limita la, Facebook, Instagram, Pinterest, bloguri, canale YouTube.
- C. Un Brand Partner Amare Global nu poate vinde produse sau servicii Amare Global și nu poate oferi oportunitatea de afaceri prin intermediul „licitațiilor online” sau al site-urilor de tip centre comerciale precum Amazon.com, Ebay.com, Alibaba.com și altele de natură similară.
- D. Vânzările online de produse Amare Global pot fi vândute numai prin intermediul site-urilor web Amare Global replicate și al site-urilor web Amare Global oficiale.
- E. Toți partenerii Brand Partner pot avea un (1) site web terț aprobat. Un site web terț este un site personal aprobat de Amare Global care este găzduit pe servere care nu aparțin Amare Global și care nu are nicio legătură cu Amare Global. Orice partener Brand Partner care dorește să își dezvolte propriul site web terț trebuie să primească aprobarea scrisă prealabilă a Amare Global înainte de a-și lansa site-ul web terț. Site-urile web terțe pot fi utilizate pentru a vă promova afacerea și produsele Amare Global, atât timp cât site-ul web terț aderă la politicile de publicitate ale Amare Global. Nicio vânzare de produse, nicio comandă de produse și nicio înscriere a clienților sau a partenerilor Brand Partner nu pot avea loc prin intermediul unui site web terț. Dacă doriți să utilizați orice site web terț, trebuie să procedați astfel:
- I. Identificați-vă ca Brand Partner pentru Amare Global;
 - II. Utilizați numai imaginile și formulările aprobate și autorizate de Amare Global pentru țara de reședință a partenerului Brand Partner în cauză.
 - III. Aderăți la politicile de utilizare a mărcii, a mărcii comerciale și a imaginii descrise în acest document.
 - IV. Aderăți la orice altă dispoziție privind utilizarea unui site web terț descrisă în acest document;
 - V. În cazul în care Amare concluzionează că site-ul web terț propus nu este acceptabil, aceasta va informa partenerul Brand Partner că site-ul trebuie modificat și că aprobarea va fi reținută până la efectuarea acestor modificări. Niciun partener Brand Partner nu poate pune la dispoziția publicului site-ul său web terț până când nu primește aprobarea scrisă din partea Amare
- F. Toate materialele de marketing utilizate pe un site web terț al unui partener Brand Partner trebuie să fie furnizate de Amare Global sau aprobate în scris de Amare Global.
- G. Pentru a evita confuziile, următoarele patru elemente trebuie, de asemenea, să fie afișate în mod vizibil în partea de sus a fiecărei pagini a site-ului dvs. terț:
- I. Logoul de Brand Partner al Amare Global furnizat de companie
 - II. Numele și titlul dumneavoastră
 - III. Butonul de redirectionare către site-ul dvs. web replicat Amare Global
 - IV. Butonul de redirectionare a site-ului web corporativ Amare Global
 - V. Informații clare despre politica de returnare

- H. Un Brand Partner nu poate utiliza site-uri terțe care conțin materiale copiate din surse corporative (cum ar fi broșuri, CD-uri, videoclipuri, casete, evenimente, prezentări și site-uri corporative Amare Global).
- I. Produsele Amare Global pot fi afișate împreună cu alte produse sau servicii pe site-ul web terț al unui partener Brand Partner, atât timp cât celelalte produse și servicii sunt în concordanță cu valorile Amare Global și nu sunt comercializate sau vândute de o companie concurentă de marketing în rețea. Orice produs din aceeași categorie generică ca un produs Amare este considerat a fi concurent; de exemplu; orice supliment alimentar se află în aceeași categorie generică ca și suplimentele alimentare de la Amare și, prin urmare, este un produs concurent, indiferent de diferențele de cost, calitate, ingrediente sau conținut nutritiv;
- J. Nu pot fi efectuate schimbări sau modificări ale site-ului web autorizat, sub rezerva următoarelor:

În cazul în care un Brand Partner dorește să modifice un site web autorizat anterior, acesta trebuie să depună o cerere de modificare a unui site web al unei părți terțe și o taxă de modificare de 80 EUR. Cererea de modificare trebuie să indice în mod specific fiecare schimbare sau adăugare pe care un Brand Partner dorește să o facă. Modificările nu pot fi publicate pe site-ul web până când Brand Partner nu primește aprobarea în scris din partea Amare.

- K. În cazul în care afacerea independentă Amare Global a unui partener Brand Partner care a primit autorizația de a crea și de a posta un site web terț este anulată voluntar sau involuntar din orice motiv sau în cazul în care Amare Global își revocă autorizația care permitea partenerului Brand Partner să mențină un site web terț, partenerul Brand Partner va înceta imediat utilizarea și operarea site-ului web, va elimina orice publicație online despre Amare și, la cerere, va transfera proprietatea numelui de domeniu fără costuri pentru Amare. Amare Global își rezervă dreptul de a revoca dreptul oricărui Brand Partner de a utiliza un site web terț în orice moment, dacă Amare Global consideră că o astfel de revocare este în interesul Amare Global, al Partenerilor săi Brand Partner și al Clienților. Deciziile și acțiunile corective în acest domeniu sunt la discreția exclusivă a Amare Global.

6.11 Restricții privind rețelele sociale

- A. În plus față de îndeplinirea tuturor celorlalte cerințe specificate în Acord, în cazul în care un Brand Partner utilizează orice formă de social media în legătură cu afacerea sa Amare Global, inclusiv, dar fără a se limita la bloguri, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube sau Pinterest, Brand Partner este de acord să adere la cerințele stabilite în această secțiune 6.11.
- B. Site-urile de social media nu pot fi utilizate pentru a efectua vânzări de produse și servicii Amare. Vânzările online de produse Amare pot fi efectuate numai de pe site-ul web replicat al unui Brand Partner.
- C. PROFILURILE GENERATE DE UN BRAND PARTNER ÎN ORICE COMUNITATE SOCIALĂ ÎN CARE AMARE GLOBAL ESTE DISCUTATĂ SAU MENȚIONATĂ TREBUIE SĂ IDENTIFICE ÎN MOD CLAR PARTENERUL BRAND PARTNER CA PARTENER BRAND PARTNER AL AMARE GLOBAL, iar atunci când un Brand Partner participă în aceste comunități, partenerii Brand Partner trebuie să evite conversațiile, comentariile, imaginile, materialele video, audio, aplicațiile sau orice alt conținut pentru adulți, profanator, discriminatoriu sau vulgar. Determinarea a ceea ce este nepotrivit este

la discreția exclusivă a Amare Global, iar partenerii Brand Partner care încalcă acest lucru vor fi supuși unor măsuri disciplinare. Bannerele publicitare și imaginile utilizate pe aceste site-uri web trebuie să fie actuale și să provină din biblioteca aprobată de Amare Global. În cazul în care se furnizează un link, acesta trebuie să trimită la site-ul web replicat al partenerului Brand Partner sau la un site web aprobat al unui terț.

- D. Postările anonime sau utilizarea unui pseudonim pe orice site de socializare sunt interzise, iar partenerii Brand Partner care le încalcă vor fi supuși unor măsuri disciplinare.
- E. Partenerii Brand Partner nu pot folosi tehnici precum „blog spam”, „spamdexing” sau orice alte metode de multiplicare în masă pentru a lăsa comentarii pe blog. Comentariile create sau lăsate de partenerii Brand Partner trebuie să fie utile, unice, relevante și specifice articolului de pe blog. Actele de „spamming” includ, dar nu sunt neapărat limitate la:
 - I. Trimiterea de mesaje e-mail nesolicitate către utilizatorii online care conțin informații ale partenerului Brand Partner (partenerii Brand Partner pot trimite e-mailuri numai în conformitate cu secțiunea 6.7 de mai sus și cu legea anti-spam);
 - II. Trimiterea de e-mailuri sau faxuri nesolicitate către liste de persoane care nu fac parte din Organizația partenerului Brand Partner sau cu care partenerul Brand Partner nu a avut anterior interacțiuni de afaceri sau personale, în conformitate cu secțiunea 6.7. Toate trimiterile de e-mail în masă care au legătură cu Amare Global trebuie să se refere numai la afacerile Amare Global și trebuie trimise numai partenerilor Brand Partner din cadrul Organizației partenerului Brand Partner, dacă respectivul Brand Partner din cadrul Organizației a fost de acord să își dezvăluie datele de contact în conformitate cu legile privind confidențialitatea și protecția datelor din fiecare jurisdicție în care se desfășoară activitatea partenerului Brand Partner.
- F. Partenerii Brand Partner trebuie să își dezvăluie numele complet pe toate postările din Social Media și să se identifice în mod vizibil ca fiind parteneri Brand Partner Independenți pentru Amare Global. Postările anonime sau utilizarea unui pseudonim sunt interzise.
- G. Sunt interzise postările care sunt false, înșelătoare sau mincinoase. Aici sunt incluse, dar fără a se limita la acestea, postări false sau înșelătoare referitoare la oportunitatea de venit Amare Global, la produsele și serviciile Amare Global și/sau la informațiile dumneavoastră biografice și la acreditările dumneavoastră.
- H. Partenerii Brand Partner sunt personal responsabili pentru postările lor și pentru toate celelalte activități online care au legătură cu Amare Global. Prin urmare, chiar dacă un Brand Partner nu deține sau nu operează un blog sau un site sau cont de social media, dacă un Brand Partner postează pe un astfel de site care se referă la Amare Global sau care poate fi urmărit până la Amare Global, partenerul Brand Partner este responsabil pentru postare. Partenerii Brand Partner sunt, de asemenea, responsabili pentru postările care apar pe orice blog sau site sau cont de social media pe care partenerul Brand Partner îl deține, îl operează sau îl controlează. Orice afirmații făcute pe site-urile partenerului Brand Partner sau pe contul de social media care nu sunt legale sau conforme cu dispozițiile aplicabile ale Acordului trebuie șterse sau eliminate. Partenerii Brand Partner sunt obligați să revizuiască periodic acest conținut.
- I. În calitate de Brand Partner al Amare Global, este important să nu discutați cu nicio persoană care postează un mesaj negativ împotriva dumneavoastră, a altor parteneri Brand Partner sau a

Amare Global. Raportați mesajele negative către Amare Global la cs.eur@amare.com. Răspunsul la astfel de mesaje negative adesea nu face decât să alimenteze o discuție cu cineva care poartă rachiună și care nu se ridică la aceleași standarde înalte ca Amare Global și, prin urmare, dăunează reputației și fondului comercial al Amare Global.

- J. Distincția dintre un site de social media și un site web poate să nu fie clară, deoarece unele site-uri de social media sunt deosebit de complexe; prin urmare, Amare Global își rezervă dreptul unic și exclusiv de a clasifica anumite site-uri de social media drept site-uri web terțe și de a solicita partenerilor Brand Partner care utilizează sau care doresc să utilizeze astfel de site-uri să respecte politicile Amare Global referitoare la site-urile web terțe.
- K. În cazul în care afacerea dumneavoastră Amare Global este anulată din orice motiv, trebuie să încetați să utilizați numele Amare Global și toate mărcile comerciale, denumirile comerciale, mărcile de servicii și alte proprietăți intelectuale ale Amare Global, precum și toate derivatele acestor mărci și proprietăți intelectuale, în orice postări și pe toate site-urile de social media pe care le utilizați. Dacă postați pe orice site de social media pe care v-ați identificat anterior ca Partener independent al mărcii Amare Global, trebuie să indicați în mod vizibil că nu mai sunteți un Partener independent al mărcii Amare Global.

6.12 Alte prevederi privind publicitatea

- A. Partenerii Brand Partner nu trebuie să pretindă sau să sugereze că afilierea lor cu Amare Global o depășește pe cea a unui partener Brand Partner Independent. Aceasta include toate formele de comunicare verbală, scrisă, electronică, e-mail, chat sau orice altă formă de comunicare.
- B. Partenerii Brand Partner nu pot promova, oferi sau insinua că la Amare Global este disponibil vreun rol sau loc de muncă. Este interzisă utilizarea listelor de locuri de muncă sau a postărilor ca mijloc de publicitate.
- C. Nu se pot face declarații false sau înșelătoare privind venitul sau câștigurile.
- D. La cerere, orice Instrument de vânzări sau alt suport creat de partenerul Brand Partner care conține orice proprietate intelectuală sau conținut Amare Global trebuie să fie furnizat imediat societății Amare Global. Partenerii Brand Partner trebuie să păstreze o copie a tuturor Instrumentelor de vânzări sau a altor materiale publicitare pe care le-au distribuit, timp de șapte ani de la ultima dată de distribuție.
- E. Partenerii Brand Partner sunt de acord să elibereze și să scutească Amare Global de orice pretenții și/sau cereri care apar din cauza sau în legătură cu crearea Proprietății intelectuale a unei alte persoane, afaceri sau entități.
- F. La încetarea Acordului din orice motiv, partenerii Brand Partner vor înceta imediat să mai utilizeze materialele de marketing, conținutul, mărcile comerciale, proprietatea Amare Global sau orice material similar acestora.

6.13 Reambalarea și reetichetarea sunt interzise

- A. Partenerii Brand Partner nu pot reambala, reeticheta, rescrie sau modifica etichetele produselor, informațiilor, materialelor sau programelor Amare în niciun fel. Produsele Amare trebuie vândute numai în recipientele lor originale: reetichetarea sau reambalarea ar putea supune partenerul Brand Partner la răspundere penală sau civilă, în special dacă se produce un prejudiciu proprietății sau unei alte persoane.

7 MODIFICĂRI ALE ACTIVITĂȚII PARTENERULUI BRAND PARTNER

7.1 Modificări privind schimbarea Acordul de Brand Partner

- A. Fiecare Brand Partner trebuie să notifice imediat Amare cu privire la toate modificările aduse informațiilor conținute în Cererea și Acordul său de Brand Partner prin transmiterea unei cereri scrise, a unei Cereri și a unui Acord de Brand Partner realizate în mod corespunzător cu informațiile corecte, dacă este cazul, completate cu semnături noi (nu o versiune „barată” sau „ștearsă cu corector” a primului Acord) și a documentelor justificative corespunzătoare.

7.2 Plasament

- A. Partenerul Brand Partner care înscrie un nou partener Brand Partner este „Enrollerul” noului Brand Partner. Partenerul Brand Partner care se află direct deasupra unui nou partener Brand Partner în linie ascendentă este „Sponsorul” noului partener Brand Partner. În majoritatea cazurilor, Enrollerul și Sponsorul vor fi aceeași persoană.
- B. În cazul în care Acordul de Brand Partner al noului Brand Partner nu identifică un Sponsor, Enrollerul va fi, de asemenea, Sponsor, cu excepția cazului în care Enrollerul „plasează” noul Brand Partner sub un alt Brand Partner din cadrul Organizației sale în termen de 30 de zile de la data înscrierii noului Brand partner. Acest plasament este definitiv.
- C. Clienții nu pot fi plasați și trebuie să fie atribuiți partenerului Brand Partner de înrolare.

7.3 Schimbarea Sponsorului

- A. Pentru a schimba sau corecta Sponsorul, partenerul Brand Partner trebuie să respecte următoarele proceduri:
 - I. În termen de 30 de zile de la înscrierea unui nou Brand Partner, Plasamentul poate fi modificat sau corectat de către Enroller în cadrul back-office-ului Amare Global. Este permisă o singură astfel de schimbare de amplasare. După acest plasament, nu sunt permise alte modificări.
 - II. După 30 de zile de la data înscrierii noului Brand Partner, o schimbare de Sponsor poate avea loc numai în circumstanțe atenuante și numai dacă Amare Global și linia ascendentă imediată a partenerului Brand Partner și Leader-ul (Leaderii) de linie ascendentă aprobă schimbarea. Dacă un Brand Partner dorește să solicite schimbarea Sponsorului, trebuie urmate următoarele proceduri:
 - a. Partenerul Brand Partner trebuie să trimită o cerere scrisă către Amare Global, în care să enumere motivele pentru modificarea solicitată. Numele și ID-ul noului Sponsor propus

- trebuie să fie incluse în cerere.
- b. Partenerul Brand Partner trebuie să trimită 40 de euro (fără TVA) taxă de procesare către Amare Global împreună cu cererea sa scrisă. Această taxă nu este rambursabilă, chiar dacă cererea este respinsă.
 - c. La cererea Amare Global, partenerul Brand Partner trebuie să furnizeze Societății informații suplimentare pentru evaluarea cererii.
 - d. Poate dura până la 45 de zile pentru ca Amare Global să examineze cererea și să revină la partenerul Brand Partner care a solicitat-o.
 - e. Cererile de schimbare a Sponsorului primite de Amare Global în sau după a 25-a zi a unei luni nu vor fi analizate până cel mai devreme în luna următoare.
 - f. Amare Global poate aproba sau refuza cererea, la propria sa discreție.
 - g. Amare Global poate solicita Sponsorului, Enrollerului și Leaderilor din linia ascendentă ai partenerului Brand Partner solicitant să aprobe schimbarea drept condiție pentru propria sa aprobare. În acest caz, cererea nu va fi pusă în aplicare decât dacă toți partenerii Brand Partner din linia ascendentă aprobă în scris cererea. Formularul de aprobare corespunzător va fi furnizat de către Amare Global partenerului Brand Partner solicitant. Va fi responsabilitatea partenerului de către Amare Global solicitant să obțină aprobările necesare pentru linia ascendentă, astfel cum sunt desemnate de Amare Global.
 - h. În cazul în care o cerere de schimbare a sponsorului este aprobată, schimbarea NU este retroactivă la data cererii.
- B. Linia descendentă a partenerului Brand Partner de către Amare Global, dacă există, NU VA fi transferată împreună cu partenerul Brand Partner, cu excepția cazului în care este aprobată de Amare Global la discreția sa exclusivă.

7.4 Schimbarea Enrollerului unui Brand Partner

- A. În urma înrolării unui nou Brand Partner, Enrollerul nu poate fi schimbat decât în circumstanțele foarte limitate descrise mai jos, deoarece actul de schimbare a Enrollerilor are un impact semnificativ asupra planului de compensare Amare Global. În niciun caz Enrollerul nu poate fi schimbat cu un alt partener Brand Partner diferit de Sponsorul partenerului Brand Partner în cauză. Un Brand Partner nu își poate schimba Organizația, cu excepția cazurilor prevăzute în secțiunea 7.5 de mai jos.
- B. În cazul în care se dorește schimbarea Enrollerului, Enrollerul unui Brand Partner poate înainta Societății o cerere de schimbare a Enrollerului partenerului Brand Partner vizat cu Sponsorul partenerului Brand Partner. Societatea își rezervă dreptul de a refuza o astfel de cerere, la propria discreție.
- C. Fără a aduce atingere celor de mai sus, Enrollerul unui nou partener Brand Partner poate schimba Enrollerul cu un alt Brand Partner în cadrul organizației sale în termen de 30 de zile de la înrolarea noului Brand Partner. În cazul în care schimbarea de Enroller nu a fost procesată în această perioadă, poate fi depusă o cerere în conformitate cu dispozițiile de mai sus.
- D. Nu se percepe nicio taxă pentru prima cerere de schimbare a Enrollerului. Ulterior, se va percepe o taxă de 40 de euro (fără TVA) care trebuie transmisă împreună cu orice cerere ulterioară de schimbare a Enrollerului.

- E. Amare Global își rezervă dreptul de a aproba sau de a refuza orice cerere de schimbare a Enrollerului și de a corecta orice erori legate de aceasta în orice moment și în orice mod consideră necesar.

7.5 Schimbare de organizație

- A. În cazul în care un Brand Partner al Amare Global dorește să se transfere la o altă organizație, acesta trebuie să trimită o scrisoare de demisie Departamentului de Servicii Clienți al Amare Global și să rămână inactiv (să nu plaseze nicio comandă sau să fie pe Subscribe & Save) cu sau în Amare Global timp de șase (6) luni de la primirea scrisorii înainte de a fi eligibil pentru reînscrisiere în cadrul unui alt Sponsor/Plasament. Pentru rangul Gold sau superior, durata perioadei este de douăsprezece (12) luni.
- B. Amare Global își păstrează dreptul de a aproba sau refuza orice cerere de reînrolare după demisia unui Brand Partner.
- C. Dacă reînrolarea este aprobată, fostul Brand Partner va primi un nou număr de identificare Amare Global și va trebui să prezinte un nou Acord de Brand Partner. Partenerul Brand Partner nu va avea dreptul să păstreze niciun rang, nicio linie descendentă sau niciun drept la comisioane de la o organizație anterioară.

7.6 Vânzarea, atribuirea sau delegarea proprietății

- A. Un Brand Partner al Amare Global nu își poate vinde, transfera sau cesiona drepturile sau delega poziția de Brand Partner fără aprobarea scrisă prealabilă a Amare Global, care nu va fi refuzată în mod nerezonabil. Orice încercare de vânzare, transfer, atribuire sau delegare fără o astfel de aprobare poate fi anulată la discreția Amare Global.
- B. În cazul în care Amare Global aprobă vânzarea, cumpărătorul/cesionarul/beneficiarul (denumit în continuare „Cumpărătorul”) va prelua poziția persoanei care vinde/cesionează/transferă (denumit în continuare „Vânzătorul”) la titlul calificat actual al vânzătorului, dar va păstra rangul actual „plătit ca” al vânzătorului la momentul vânzării și va prelua Organizația Vânzătorului.
- C. Pentru a solicita autorizarea vânzării, transferului sau cesionării unui Drept de distribuție Amare Global, Departamentului de conformitate Amare Global trebuie să i se trimită următoarele:
 - I. Un formular de vânzare/transfer al dreptului de distribuitor completat corespunzător, cu semnăturile necesare;
 - II. O copie a acordului semnat și datat între Vânzător și Cumpărător;
 - III. Un Acord Amare Global de Brand Partner completat și semnat de Cumpărător;
 - IV. Plata sumei de 200 de euro (plus TVA) taxă administrativă;
 - V. Orice documente justificative suplimentare solicitate de Amare Global.
- D. Orice datorie pe care Vânzătorul sau Cumpărătorul o poate avea față de Amare Global trebuie îndeplinită înainte de aprobarea vânzării, transferului sau cesiunii de către Amare Global.
- E. Un Brand Partner care își vinde Dreptul de distribuție nu este eligibil pentru a se înscrie din nou ca Brand Partner în nicio organizație timp de șase (6) luni calendaristice complete de la data vânzării, cu excepția cazului în care se prevede altfel în mod expres în acest Manual de politici.

Pentru rangul Gold sau superior, durata perioadei este de douăsprezece (12) luni.

7.7 Divorțul unui Brand Partner

- A. Partenerii Brand Partner Amare își administrează uneori afacerile Amare ca parteneriate soț-soție, parteneriate obișnuite, corporații sau trusturi. În momentul în care o căsătorie se poate încheia prin divorț sau o corporație, un parteneriat sau un trust (ultimele trei entități sunt denumite în mod colectiv „entități” în acest document) se poate dizolva, trebuie luate măsuri pentru a se asigura că orice separare sau divizare a afacerii se realizează astfel încât să nu afecteze în mod negativ interesele și veniturile altor întreprinderi pe linia de sponsorizare. În cazul în care părțile care se separă nu reușesc să asigure cele mai bune interese ale altor parteneri Brand Partner și ale Societății, Amare va rezilia unilateral Acordul de Brand Partner Independent.
- B. Pe durata unui divorț sau a dizolvării unei entități, părțile trebuie să adopte una dintre următoarele metode de funcționare:
- I. Una dintre părți poate, cu consimțământul celeilalte (celorlalte) părți, să exploateze afacerea Amare în temeiul unei cesiuni în scris prin care soțul, acționarii, partenerii sau administratorii care renunță autorizează Amare să trateze direct și exclusiv cu celălalt soț sau acționar, partener sau administrator care nu renunță.
 - II. Părțile pot continua să exploateze în comun afacerea Amare, după care toate compensațiile plătite de Amare vor fi plătite în numele comun al partenerilor Brand Partner sau în numele entității care urmează să fie divizată, astfel cum părțile pot conveni independent între ele.
 - III. În cazul în care părțile nu pot conveni asupra modului în care activitatea va fi alocată pe durata unui divorț sau a unei dizolvări, Societatea va trata activitatea în conformitate cu status quo-ul existent înainte de depunerea cererii de divorț sau de dizolvare.
 - IV. După finalizarea procedurii de divorț, acela dintre soți care nu a păstrat afacerea se poate reînscris imediat la un Enroller și Sponsor la alegerea sa. În astfel de cazuri, totuși, acest fost soț nu va avea dreptul la, și nu va putea trimite solicitări niciunui Brand Partner sau Client Activ din fosta organizație, și va trebui să dezvolte o nouă afacere, la fel ca orice alt partener Brand Partner nou al Amare.
- C. Organizația din Linia Descendentă a soților care divorțează sau a unei entități comerciale în curs de dizolvare nu va putea fi divizată în niciun caz. În mod similar, Amare nu va împărți în niciun caz comisioanele și bonusurile între soții divorțați sau membrii entităților care se dizolvă. Amare va recunoaște o singură Organizație din Linia Descendentă și va plăti un singur comision per afacere Amare per ciclu de comision. Plata comisioanelor se va face întotdeauna către aceeași persoană fizică sau juridică. În cazul în care părțile la o procedură de divorț sau de dizolvare nu reușesc să soluționeze un litigiu cu privire la repartizarea comisioanelor și la dreptul de proprietate asupra afacerii, Acordul de Brand Partner Independent va fi anulat în mod involuntar.
- D. În cazul în care un fost soț sau o fostă entitate afiliată a renunțat complet la toate drepturile asupra afacerii inițiale Amare, acesta este liber să sponsorizeze, sub orice sponsor, la alegerea sa, atât timp cât îndeplinește cerințele privind perioada de așteptare prevăzute în acest document. Totuși, în acest caz, fostul soț sau partener nu va avea niciun drept asupra partenerilor Brand Partner din fosta lor organizație sau asupra oricărui alt fost Client cu amănuntul. Acesta trebuie să dezvolte noua afacere în același mod în care ar face-o orice alt partener Brand Partner nou.

7.8 Dizolvarea Entității comerciale

- A. În cazul în care o entitate comercială care operează o afacere Amare Global se dizolvă, proprietarii entității comerciale trebuie să informeze Compania cu privire la identitatea părții corespunzătoare care urmează să primească afacerea. Afacerea Amare Global trebuie să fie atribuită unei singure persoane fizice sau juridice care a fost recunoscută anterior de Societate ca proprietar al entității comerciale; Societatea nu poate împărți afacerea între mai multe părți sau nu poate emite comisioane separate.
- B. Beneficiarul afacerii Amare Global trebuie, de asemenea, să execute și să transmită Societății un Acord de Brand Partner al Amare Global în termen de 30 de zile de la data dizolvării entității comerciale, în caz contrar Acordul va fi anulat. În cazul în care entitatea comercială dorește să vândă sau să transfere activitatea Amare Global unei persoane fizice sau juridice care nu a fost recunoscută anterior de Societate ca proprietar al entității comerciale, aceasta trebuie să facă acest lucru în conformitate cu secțiunea 7.1.
- C. După finalizarea dizolvării entității, proprietarii/părțile interesate care nu au beneficiat de afacerea Amare Global se pot reînrola imediat după aceea la Enrollerul și la Sponsorul pe care l-au ales. În astfel de cazuri, totuși, acești foști proprietari/părți interesate nu vor avea dreptul la, și nu vor putea trimite solicitări niciunui Brand Partner sau Client Activ din fosta organizație, și vor trebui să dezvolte o nouă afacere, la fel ca orice alt partener Brand Partner nou al Amare.

7.9 Succesiune

- A. La decesul unui Brand Partner persoană fizică, afacerea acestuia poate fi transmisă moștenitorilor săi. Pentru a se asigura că transferul este corect, documentele legale corespunzătoare în conformitate cu legislația locală trebuie să fie prezentate Societății. În consecință, un Brand Partner trebuie să consulte un avocat care să îl asiste în pregătirea unui testament sau a altui act testamentar, în conformitate cu legislația locală. Ori de câte ori o afacere Amare este transferată prin testament sau alt proces testamentar, conform legislației locale, beneficiarul dobândește dreptul de a încasa toate bonusurile și comisioanele organizației de marketing a partenerului Brand Partner decedat, sub rezerva îndeplinirii următoarelor condiții. Succesorul (succesorii) trebuie:
- Să încheie un nou Acord de Brand Partner Independent;
 - Să respecte termenii și dispozițiile Acordului; și
 - Să îndeplinească toate condițiile necesare pentru statutul partenerului Brand Partner decedat.
- B. Bonusurile și comisioanele aferente unei afaceri Amare transferate în conformitate cu prezenta secțiune vor fi plătite într-o singură tranșă în comun destinatarilor. Beneficiarii trebuie să furnizeze Societății Amare o adresă de înregistrare la care vor fi trimise toate bonusurile și comisioanele. În cazul în care afacerea este lăsată moștenire unor co-legatari, aceștia trebuie să formeze o entitate comercială pentru a continua un parteneriat de Brand Partner.
- C. În cazul în care succesorul este deja un Brand Partner existent, Amare Global va permite acestui Brand Partner să își mențină activ propriul Drept de distribuție, precum și Dreptul de distribuție moștenit timp de până la șase (6) luni. Până la sfârșitul perioadei de 6 luni, Brand Partner trebuie să fi comprimat (dacă este cazul), să fi vândut sau transferat în alt mod fie Dreptul de distribuție

existent, fie Dreptul de distribuție moștenit.

- D. În cazul în care succesorul dorește să rezilieze Dreptul de distribuție Amare Global, acesta trebuie să prezinte o declarație legalizată la notar în care să precizeze că dorește să rezilieze Dreptul de distribuție, împreună cu o copie legalizată a certificatului de deces, a numirii în calitate de administrator și/sau orice altă documentație juridică corespunzătoare.
- E. La cerere scrisă, Amare Global poate acorda o renunțare de o (1) lună pentru doliu și poate efectua plata la ultimul rang de tipul „plătit ca”.

7.10 Transfer în cazul incapacității unui Brand Partner

- A. Pentru a efectua un transfer al unei afaceri Amare din motive de incapacitate, succesorul trebuie să furnizeze următoarele informații către Amare: (1) o copie legalizată la notar a numirii ca tutore sau administrator; (2) o copie legalizată la notar a hotărârii judecătorești sau a altor documente prevăzute de legislația locală care stabilesc dreptul succesorului de a administra afacerea Amare; și (3) un Acord de Brand Partner Independent completat și semnat de administrator.

8 CERERI ȘI ACȚIUNI NEAUTORIZATE

8.1 Indemnizație

- A. Un Brand Partner este pe deplin responsabil pentru toate declarațiile sale verbale și scrise referitoare la produsele Amare și la Planul global de compensare care nu sunt conținute în mod expres în materialele oficiale Amare. Partenerii Brand Partner sunt de acord să despăgubească Amare și directorii, ofițerii, angajații și agenții Amare și să îi exoneraze de orice răspundere, inclusiv de hotărâri judecătorești, penalități civile, rambursări, onorarii de avocat, cheltuieli de judecată sau pierderi de afaceri suportate de Amare ca urmare a declarațiilor sau acțiunilor neautorizate ale partenerului Brand Partner. Această dispoziție rămâne valabilă și după rezilierea Acordului de Brand Partner Independent.

8.2 Revendicări privind produsele

- A. Nu se pot face afirmații (inclusiv mărturii personale) cu privire la proprietățile terapeutice, curative sau benefice ale oricăror produse oferite de Amare, cu excepția celor conținute în documentația oficială Amare aplicabilă țării de destinație a vânzării. În special, niciun Brand Partner nu poate pretinde că produsele Amare sunt utile în vindecarea, tratamentul, diagnosticarea, atenuarea sau prevenirea oricăror boli. Astfel de declarații pot fi percepute ca afirmații medicale sau privind medicamentele. Astfel de afirmații nu numai că încalcă politicile Amare, dar sunt potențial periculoase și pot încălca diverse legi supranaționale, naționale și locale.
- B. Atunci când discută despre beneficiile produselor Amare Global, un Brand Partner trebuie să facă numai acele afirmații permise de etichetarea produsului sau de materialele de marketing Amare și să însoțească toate afirmațiile, inclusiv mărturiile personale și mărturiile despre produs, cu următoarea declarație de exonerare de răspundere: „Acest produs nu este destinat să diagnosticheze, să trateze, să vindece sau să prevină nicio boală.”

- C. Un Brand Partner nu va formula nicio pretenție medicală pentru niciun produs și nu va prescrie niciun produs Amare Global pentru tratarea vreunei afecțiuni, deoarece acest lucru ar implica faptul că produsele sunt medicamente și nu suplimente nutritive. În descrierea produselor Amare Global nu se vor face afirmații curative sau legate de medicamente. Aceste produse nu trebuie niciodată comparate cu produsele medicamentoase utilizate pentru tratarea anumitor boli sau afecțiuni.
- D. Atunci când un Brand Partner promovează produse sau servicii Amare Global, acesta trebuie să dezvăluie faptul că partenerul Brand Partner este un Brand Partner Amare care primește bonusuri și comisioane de la Amare Global.

8.3 Afirmații privind veniturile

- A. În entuziasmul lor de a sponsoriza potențiali parteneri Brand Partner, unii Brand Partner sunt ocazional tentați să facă afirmații privind veniturile sau să prezinte câștiguri pentru a demonstra puterea inerentă a marketingului de rețea. Acest lucru este contraproductiv, deoarece noii parteneri Brand Partner pot fi dezamăgiți foarte repede dacă rezultatele lor nu sunt la fel de extinse sau de rapide ca rezultatele obținute de alții. La Amare, credem cu tărie că potențialul de venit Amare este suficient de mare pentru a fi foarte atractiv, fără a raporta câștigurile altora. În plus, în multe cazuri legile naționale și locale reglementează sau chiar interzic anumite tipuri de afirmații referitoare la venit și de mărturii făcute de persoanele implicate în marketingul de rețea.
- B. Partenerul Brand Partner trebuie să precizeze clar că Planul de compensare se bazează pe vânzările de produse și servicii Amare Global și pe sponsorizarea altor parteneri Brand Partner.
- C. În timp ce partenerii Brand Partner pot considera că este benefic să furnizeze copii ale plăților sau să dezvăluie veniturile lor sau ale altor persoane, astfel de abordări au consecințe juridice care pot avea un impact negativ asupra Societății Amare, precum și asupra partenerului Brand Partner care face afirmația, cu excepția cazului în care dezvăluirile corespunzătoare prevăzute de lege sunt, de asemenea, făcute în același timp cu afirmația referitoare la venit sau cu reprezentarea veniturilor. Deoarece partenerii Brand Partner Amare nu dispun de datele necesare pentru a se conforma cerințelor legale privind declarațiile de venit, un Brand Partner, atunci când prezintă sau discută oportunitatea Amare sau Planul global de compensare cu un potențial Brand Partner, nu poate face proiecții de venit, declarații de venit și nu poate dezvălui venitul său Amare (inclusiv prezentarea de plăți, copii ale plăților, extrase bancare sau înregistrări fiscale).
- D. Partenerul Brand Partner nu trebuie să citeze greșit sau să omită niciun fapt material semnificativ cu privire la Planul de compensare, și nici nu poate face afirmații de venit referitoare la stilul de viață. O declarație de venit referitoare la stilul de viață este o declarație sau o reprezentare care sugerează sau afirmă că partenerul Brand Partner se poate bucura de un stil de viață luxos sau de succes datorită venitului pe care îl obține din afacerea Amare Global. Exemple de afirmații interzise privind stilul de viață includ, fără a se limita la acestea, următoarele tipuri de declarații:
 - I. Faptul că un Brand Partner (sau soțul/soția acestuia) și-a permis să renunțe la locul său de muncă.
 - II. Faptul că un Brand Partner a reușit să își înlocuiască venitul câștigat la un loc de muncă.
 - III. Faptul că un Brand Partner a putut plăti școala privată sau studiile universitare ale unui copil datorită veniturilor sale de la Amare Global.
 - IV. Faptul că un Brand Partner a fost capabil să achiziționeze bunuri materiale scumpe sau de lux

(de exemplu, case, mașini, bijuterii, ambarcațiuni, vehicule de agrement etc.).

- V. Faptul că, datorită câștigurilor sale Amare Global, un Brand Partner a putut călători în destinații exotice sau costisitoare.

Restricțiile de mai sus privind afirmațiile referitoare la venit se aplică prezentărilor personale, precum și materialelor promoționale distribuite de un Brand Partner, inclusiv postărilor pe platformele de social media.

- E. Exemplele de venituri ipotetice care sunt utilizate pentru a explica funcționarea Planului de compensare globală și care se bazează exclusiv pe proiecții matematice pot fi prezentate potențialilor parteneri Brand Partner, cu condiția ca partenerul Brand Partner care utilizează astfel de exemple ipotetice (1) să precizeze potențialilor parteneri Brand Partner că aceste câștiguri sunt ipotetice; și (2) să furnizeze fiecărui potențial Brand Partner o copie la zi a declarației oficiale de venit a Amare.
- F. Pe de altă parte, partenerii Brand Partner nu trebuie niciodată să susțină că cineva poate avea succes fără să se implice cu sârguință. Exemple de declarații false în acest domeniu includ, dar nu se limitează la următoarele:
 - I. Este un sistem la cheie.
 - II. Sistemul va face treaba pentru tine.
 - III. Trebuie doar să faci parte din sistem și linia ta descendentă se va dezvolta prin efectul de revărsare.
 - IV. Trebuie doar să te înscrii și am să-ți dezvolt eu linia descendentă pentru tine.
 - V. Societatea face toată munca pentru tine.
 - VI. Nu trebuie să vinzi nimic.
 - VII. Tot ce trebuie să faci este să-ți cumperi produsele în fiecare lună.

Cele de mai sus sunt doar câteva exemple de declarații necorespunzătoare cu privire la Planul de compensare și la programul Societății. Este important ca partenerii Brand Partner să nu facă aceste afirmații sau orice alte afirmații care ar putea determina un prospect să creadă că poate avea succes ca Brand Partner fără angajament, efort și abilități de vânzare.

8.4 Fără prețuri abuzive

- A. Toate vânzările de produse Amare de către partenerul Brand Partner nu trebuie să fie mai mici decât prețul cu amănuntul sugerat (SRP) afișat pe site-ul Amare la data vânzării.

9 CONFLICT DE INTERESE

9.1 Non-solicitare

- A. Un Brand Partner Amare Global poate participa în orice moment la alte afaceri sau oportunități de marketing de vânzări directe, multinivel, de marketing de rețea sau de marketing relațional. Cu toate acestea, pe Durata prezentului Acord și timp de un (1) an după aceea, partenerul Brand Partner Amare Global nu poate recruta niciun Brand Partner Amare Global sau Client pentru nicio altă afacere de vânzări directe sau de marketing de rețea, cu excepția cazului în care acel Brand Partner sau Client anume a fost sponsorizat personal de respectivul Brand Partner.

- B. Termenul „recrutare” înseamnă solicitarea, înscrierea, încurajarea sau efortul real sau încercat de a influența în orice alt mod (direct sau prin intermediul unei terțe părți), un alt Brand Partner sau Client să se înscrie sau să participe la orice oportunitate de vânzări directe sau de marketing de rețea sau face publicitate unei alte oportunități pe aceeași pagină web, cont de social media în care partenerul Brand Partner promovează produsele sau oportunitatea Amare.
- C. O încălcare a oricăreia dintre dispozițiile din prezenta secțiune constituie o interferență contractuală nerezonabilă și nejustificată între Amare Global și partenerii săi Brand Partner și ar provoca daune ireparabile societății Amare Global. În acest caz, Amare Global poate, la discreția sa, să impună orice măsură disciplinară pe care o consideră necesară și adecvată împotriva unui astfel de Brand Partner sau a poziției unui astfel de Brand Partner.

9.2 Produse concurente și oportunități

- A. Un Brand Partner poate promova alte produse pe aceleași pagini web și în aceleași anunțuri prin care vinde produse Amare Global. Partenerii Brand Partner nu pot vinde alte produse de marketing multinivel similare produselor Amare Global pe aceleași pagini web și prin aceleași anunțuri. Partenerii Brand Partner nu pot afișa sau grupa produsele sau serviciile Amare Global, în documentația de vânzări, pe un site web sau în cadrul întâlnirilor de vânzări, cu alte produse sau servicii pentru a evita confuzia sau inducerea în eroare a unui potențial Client sau Brand Partner, făcându-l să creadă că există o relație între produsele și serviciile Amare Global și cele care nu sunt Amare Global.
- B. O încălcare a oricăreia dintre dispozițiile din prezenta secțiune constituie o interferență contractuală nerezonabilă și nejustificată între Amare Global și partenerii săi Brand Partner și ar provoca daune ireparabile societății Amare Global. În acest caz, Amare Global poate, la discreția sa, să impună orice măsură disciplinară pe care o consideră necesară și adecvată împotriva unui astfel de Brand Partner sau a poziției unui astfel de Brand Partner.

9.3 Recrutare încrucișată

- A. Se interzice cu desăvârșire recrutarea încrucișată sau tentativa de recrutare încrucișată. Recrutarea încrucișată este definită ca solicitarea, înrolarea sau sponsorizarea unei persoane fizice sau a unei Entități comerciale care are deja un Acord de Brand Partner Independent sau un Acord de Client în curs de desfășurare cu Amare în cadrul unei linii diferite de sponsorizare sau care a avut un astfel de acord în ultimele șase luni (12 luni în cazul în care un fost Brand Partner a fost în rangul Gold), în cadrul unei linii de sponsorizare diferite. Este interzisă utilizarea numelui soțului/soției sau al unei rude, a denumirilor comerciale, a DBA-urilor (nume de afaceri asumate diferite cele înregistrate), a denumirilor false, a corporațiilor, a parteneriatelor, a trusturilor, a numerelor de identificare federale sau a numerelor de identificare fictive pentru a eluda această politică. Partenerii Brand Partner nu vor denigra, discredita sau defăima alți parteneri Brand Partner Amare în încercarea de a atrage un alt Brand Partner să facă parte din organizația de marketing a primului Brand Partner.
- B. Dacă se descoperă recrutare încrucișată, aceasta trebuie adusă imediat la cunoștința Societății. Amare poate lua măsuri disciplinare împotriva partenerului Brand Partner care a schimbat organizația și/sau împotriva acelor parteneri Brand Partner care au încurajat sau au participat la recrutarea încrucișată. Amare poate, de asemenea, să mute integral sau parțial linia descendentă

a partenerilor Brand Partner care încalcă regulamentul la Organizația sa inițială în linia descendentă, dacă Societatea consideră că este echitabil și fezabil să procedeze astfel. Cu toate acestea, Amare nu are nicio obligație de a muta Organizația din linia descendentă a partenerului Brand Partner recrutat încrucișat, iar dispoziția finală a organizației rămâne la discreția exclusivă a Amare. Partenerii Brand Partner renunță la toate pretențiile și cauzele de acțiune împotriva Amare care decurg din sau se referă la dispoziția Organizației din linia descendentă a Brand Partner-ului sponsorizat încrucișat.

- C. Această Politică nu interzice transferul unei afaceri Amare Global în conformitate cu politica Amare Global de Vânzare sau Transfer stabilită în prezentele Politici.

9.4 Interzicerea sponsorizării lipsite de etică

- A. Activitățile de sponsorizare lipsite de etică includ, fără a se limita la acestea, atragerea, ofertarea sau implicarea în acte sau practici neloiale, frauduloase sau înșelătoare în încercarea de a recruta o persoană fizică sau juridică pentru a deveni un Brand Partner sau în încercarea de a achiziționa un prospect sau un nou Brand Partner de la un alt Brand Partner.
- B. Acuzațiile de sponsorizare lipsită de etică trebuie raportate în scris Departamentului de conformitate al Amare Global în primele 90 de zile de la înrolare. În cazul în care rapoartele sunt întemeiate, Amare Global poate transfera partenerul Brand Partner sau Linia Descendentă a Brand Partner-ului către un alt sponsor, Plasament sau organizație fără aprobarea sponsorului actual din Linia Ascendentă sau a partenerilor Brand Partner din Plasament. Amare Global rămâne autoritatea finală în astfel de cazuri.
- C. Amare Global interzice acțiunea de „stacking”. Prin „stacking” (stivuire) se înțelege manipularea neautorizată a sistemului de compensare Amare Global și/sau a planului de marketing pentru a declanșa comisioane sau a provoca o promovare a unui Brand Partner din linia descendentă într-un mod nemeritat. Un exemplu de stacking apare atunci când un Sponsor plasează participanți sub o linie descendentă inactivă, fără știrea acestuia, pentru a declanșa o calificare neîncasată pentru comisionare. Stackingul este un comportament lipsit de etică și inacceptabil și, ca atare, este o infracțiune pasibilă de pedeapsă, cu măsuri de până la și inclusiv încetarea funcțiilor de consultant independent ale tuturor persoanelor și/sau entităților direct implicate.
- D. În cazul în care partenerii Brand Partner se angajează să solicite și/sau să atragă membri ai unei alte companii de vânzări directe pentru a le vinde sau distribui produsele și serviciile Amare Global, aceștia își asumă riscul de a fi dați în judecată de către cealaltă companie de vânzări directe. În cazul în care un proces, arbitraj sau mediere este intentat împotriva unui Brand Partner cu privire la faptul că acesta s-a angajat în activități necorespunzătoare de recrutare a forței de vânzări sau a clienților unei alte companii, Amare Global nu va plăti costurile de judecată sau taxele legale ale Brand Partner-ului și nici nu va despăgubi Brand Partner-ul pentru nicio hotărâre judecătorească, premiu sau înțelegere. Partenerul Brand Partner este singurul responsabil pentru înțelegerea politicilor și procedurilor celeilalte companii de vânzări directe.
- E. Este interzisă utilizarea neautorizată a numelui Soțului/Soției sau a unei rude, a numelor comerciale, a numelor asumate, a numelor DBA, a corporațiilor, a parteneriatelor, a trusturilor, a numerelor de identificare federale sau a numerelor de identificare fictive pentru a evita sau a eluda această politică sau orice politică identificată în prezentul Acord.

10 MARKETING INTERNAȚIONAL

- A. Partenerii Brand Partner sunt autorizați să vândă produse Amare și să înscrie Clienți sau să sponsorizeze Brand Partner numai în țările în care Amare este autorizată să desfășoare activități comerciale, așa cum se anunță în documentația oficială a companiei. În țările în care Amare a autorizat vânzările și activitățile partenerilor Brand Partner, partenerii Brand Partner trebuie să se conformeze normelor specifice Amare pentru țara respectivă. Astfel de reguli pot varia de la o țară la alta, iar partenerii Brand Partner sunt obligați să cunoască regulile adecvate pentru țara și locurile în care intenționează să desfășoare activități comerciale. Informațiile specifice fiecărei țări pot fi prezentate din când în când într-o anexă de țară la aceste Politici și proceduri.
- B. Partenerilor Brand Partner le este interzis să importe sau să ajute la importul, vânzarea, oferirea sau distribuirea de produse, servicii sau mostre de produse ale Societății în țări neaprobate.
- C. Partenerii Brand Partner trebuie să respecte reglementările locale privind utilizarea personală și comerțul liber.
- D. Este interzis pentru partenerii Brand Partner să facă afaceri cu resortisanți desemnați special și persoane blocate în conformitate cu OFAC (Office of Foreign Asset Control [Biroul pentru Controlul Activelor Străine]) sau cu persoane aflate în țări sancționate.
- E. În plus față de alte remedii prevăzute în acord, un Brand Partner care încalcă această Politică de Marketing Internațional poate pierde participarea pe piața internațională afectată pentru o perioadă stabilită de Amare Global. Interdicțiile care decurg dintr-o astfel de încălcare includ, dar nu se limitează la, următoarele:
 - I. Partenerul Brand Partner poate să nu aibă niciun drept de distribuție/sponsorizare internațională pe piața internațională afectată;
 - II. Partenerul Brand Partner și/sau linia sa ascendentă nu pot avea dreptul la bonusuri generate de organizația partenerului Brand Partner pe piața internațională afectată;
 - III. Partenerul Brand Partner nu poate primi recunoaștere la evenimente corporative sau în documentația corporativă, legate de deschiderea oficială a oricărei noi piețe, după cum consideră Amare Global.

11 RESPONSABILITĂȚI ALE PARTENERILOR BRAND PARTNER

11.1 Schimbarea datelor de contact

- A. Pentru a asigura livrarea la timp a produselor, a materialelor de suport și a plăților de comisioane, este extrem de important ca fișierele societății Amare să fie actualizate. Partenerii Brand Partner sunt obligați să păstreze toate adresele (inclusiv adresele de e-mail), numerele de telefon și informațiile personale la zi. Acest lucru se poate face în Back Office-ul partenerului Brand Partner sau, în mod alternativ, prin trimiterea corecțiilor necesare către Serviciul Clienți.
- B. Pentru a garanta livrarea corespunzătoare a comenzilor, toate modificările trebuie să fie primite într-o perioadă rezonabilă de timp (care să nu depășească treizeci (30) de zile) înainte de data intrării în vigoare a modificării adresei sau a numărului de telefon. Unui Brand Partner i se poate percepe o taxă de 16 euro pentru expedierile returnate din cauza unei adrese de expediere incorecte.

11.2 Formare continuă

- A. Pentru a avea succes cu oportunitatea Amare, orice Brand Partner care sponsorizează un alt Brand Partner sau Client în Amare trebuie să îndeplinească o funcție de asistență și formare de bună credință pentru a se asigura că linia sa descendentă operează în mod corespunzător afacerea Amare a acestuia. Partenerii Brand Partner trebuie să aibă un contact și o comunicare permanentă cu partenerii Brand Partner din Organizațiile lor din Linia Descendentă.
- B. Exemple de astfel de contacte și comunicări pot include, fără a se limita la acestea: buletine informative, corespondență scrisă, întâlniri personale, contact telefonic, mesagerie vocală, poștă electronică și însoțirea partenerilor Brand Partner sau a Clienților din linia descendentă la întâlnirile Amare, la sesiunile de formare și la alte funcții. Partenerii Brand Partner din linia ascendentă ar trebui, de asemenea, să încerce să motiveze și să formeze noi Brand Partner și/sau Clienții cu privire la cunoașterea produselor Amare, la tehnicile eficiente de vânzare, planul global de compensare Amare, respectarea Politicilor și procedurilor Societății și cu privire la respectarea legislației locale.
- C. Partenerii Brand Partner trebuie să își monitorizeze Organizațiile din Linia Descendentă pentru a se asigura că acestea nu fac afirmații necorespunzătoare cu privire la produse sau afaceri și nu se angajează în niciun comportament ilegal sau nepotrivit. La cerere, fiecare Brand Partner trebuie să fie în măsură să furnizeze societății Amare dovezi documentate privind îndeplinirea continuă a responsabilităților de Sponsor. Un Brand Partner este descurajat să ofere formare încrucișată unui Brand Partner sau unui Client dintr-o organizație diferită fără a obține în prealabil acordul liderului de linie ascendentă al partenerului Brand Partner sau al Clientului.

11.3 Responsabilități curente de vânzări

- A. Indiferent de nivelul lor de activitate de sponsorizare, partenerii Brand Partner de succes au obligația permanentă de a continua să promoveze personal vânzările prin generarea de noi Clienți și prin deservirea Clienților existenți.

11.4 Non-discreditarea

- A. Amare dorește să ofere partenerilor săi Brand Partner Independenți cele mai bune produse, plan de compensare și servicii din industrie. În consecință, criticile și comentariile constructive sunt binevenite și trebuie trimise în scris Departamentului de Servicii pentru partenerii Brand Partner. Rețineți, pentru a vă servi cât mai bine, trebuie să primim vești de la dumneavoastră! Deși Amare apreciază contribuțiile constructive, comentariile și observațiile negative făcute pe teren de către partenerii Brand Partner despre partenerii Brand Partner ai Amare Global, produsele sau serviciile Amare Global, Planul de compensare sau directorii, funcționarii sau angajații, furnizorii de produse sau agenții Amare Global, nu au alt scop decât acela de a frâna entuziasmul altor parteneri Brand Partner Amare.
- B. În mod similar, „a vorbi urât” despre concurență creează un mediu negativ care dăunează industriei într-un mod care, în cele din urmă, va putea afecta și societatea Amare. Din acest motiv, și pentru a da un exemplu adecvat pentru linia lor descendentă, partenerii Brand Partner nu trebuie să denigreze compania și produsele sale sau concurența și produsele sale. Amare își rezervă dreptul de a lua măsuri împotriva partenerilor Brand Partner al căror comportament

personal în această privință se dovedește perturbator și dăunător pentru Amare. Reclamațiile, criticile și îngrijorările cu privire la Amare Global trebuie adresate Departamentului de Conformitate (compliance.eur@amare.com).

11.5 Raportarea încălcării politicii

- A. Partenerii Brand Partner care observă o încălcare a Politicii de către un alt Brand Partner sunt încurajați să trimită un raport scris privind încălcarea direct în atenția Departamentului de Conformitate Amare. În raport ar trebui incluse detalii privind incidentele, cum ar fi datele, numărul de evenimente, persoanele implicate și orice documente justificative.

12 VÂNZĂRI

12.1 Vânzări de produse

- A. Planul de compensare al Amare Global se bazează pe vânzarea de produse Amare către consumatorii finali. Partenerii Brand Partner trebuie să îndeplinească cerințele de vânzări personale și ale Organizației din Linia Descendentă (precum și alte responsabilități stabilite în Acord) pentru a fi eligibili pentru bonusuri, comisioane și avansări la niveluri superioare de realizare.

12.2 Sales Receipts

- A. Amare încurajează toți partenerii Brand Partner să furnizeze Clienților lor de vânzare două copii ale unei chitanțe oficiale de vânzare Amare în momentul vânzării. Aceste chitanțe prezintă Garanția de satisfacție a clientului pentru produsele Amare și o declarație de protecție a consumatorului, dacă acestea sunt prevăzute de legislația locală. Înregistrările care documentează achizițiile partenerilor Brand Partner și ale Clienților vor fi păstrate de Amare, iar partenerii Brand Partner trebuie să păstreze toate chitanțele de vânzare cu amănuntul pentru o perioadă de doi ani și să le furnizeze societății Amare la cererea acesteia. În plus, partenerii Brand Partner trebuie să păstreze înregistrările referitoare la tranzacțiile partenerilor Brand Partner pentru a se conforma cerințelor privind afacerile lor independente în conformitate cu legislația locală (de exemplu, pentru a stabili documente privind veniturile și cheltuielile în sprijinul obligațiilor fiscale ale unui Brand Partner).
- B. Dacă o vânzare se califică drept vânzare „din ușa în ușa”, partenerii Brand Partner trebuie să se asigure că orice chitanță respectă cerințele legislației locale.

12.3 Providing and Maintaining Retail Order Forms/Records

- A. Furnizarea și păstrarea formularelor/înregistrărilor de comandă cu amănuntul

13 BONUSURI ȘI COMISIOANE

13.1 Calificări pentru bonusuri și comisioane

- A. Un Brand Partner trebuie să fie activ și să respecte Acordul pentru a beneficia de bonusuri și comisioane. Atât timp cât un Brand Partner respectă termenii Acordului, Amare plătește comisioane respectivului Brand Partner în conformitate cu Planul de compensare Amare Global.
- B. Amare Global nu va efectua o plată către un Brand Partner fără a primi un Acord de Brand Partner Amare Global completat și semnat. Toate bonusurile vor fi plătite solicitantului principal din Acordul de Brand Partner.
- C. Suma minimă pentru care Amare va emite un cec bancar este de 20 EUR. În cazul în care bonusurile și comisioanele unui Brand Partner nu sunt egale sau nu depășesc 20 EUR, Societatea va acumula comisioanele și bonusurile până când acestea vor totaliza 20 EUR. Se va emite o plată după acumularea unei sume de 20 EUR. Politicile de plată pentru bonusuri și comisioane în alte monede decât dolarul american vor fi stabilite periodic de către Societate. Bonusurile și comisioanele vor fi calculate, iar plățile vor fi efectuate în a cincisprezecea zi a fiecărei luni sau înainte de această dată

13.2 Calculul comisioanelor și discrepanțelor

- A. Un Brand Partner al Amare Global trebuie să își revizuiască cu promptitudine extrasul de cont lunar și rapoartele privind bonusurile/comisioanele și să raporteze orice discrepanță în termen de treizeci (30) de zile de la primire. După „perioada de grație” de 30 de zile, nu vor mai fi luate în considerare alte cereri de recalculare a comisionului.

13.3 Includerea într-o perioadă de bonus

- A. Partenerii Brand Partner trebuie să fie aprobați și considerați Activi până în ultima zi a perioadei de acordare a bonusurilor pentru a fi incluși în calculul bonusurilor și al calificărilor pentru perioada respectivă. Produsele trebuie să fie achiziționate cu plata primită în perioada de bonus pentru a fi luate în considerare pentru calcularea bonusului și a calificării rangului pentru perioada de bonus respectivă.

13.4 Răscumpărarea creditului Amare

- A. În cazul în care creditele Amare sunt emise către Brand Partner pentru o rambursare (așa cum este descris în secțiunea 14 din Politicile de rambursare) în perioada de Bonus, Personal Volume sau bonusurile plătite pentru acea comandă nu vor fi recuperate și vor continua să fie luate în considerare pentru calcularea acelei perioade de Bonus. Cu toate acestea, la răscumpărarea Creditelor Amare pentru o comandă viitoare, comenzile plătite cu Credite Amare vor avea Personal Volume al comenzii respective redus proporțional cu procentul Comenzii plătite cu Credite Amare.

13.5 Rapoarte de activitate a liniei descendente

- A. Toate informațiile furnizate de Amare în rapoartele de activitate online sau telefonice ale liniei descendente, inclusiv, dar fără a se limita la volumul vânzărilor personale și de grup (sau orice parte a acestora), activitatea de sponsorizare a liniei descendente și alte informații sunt considerate a fi exacte și de încredere. Cu toate acestea, din cauza diverșilor factori, inclusiv posibilitatea inerentă de eroare umană și mecanică; acuratețea, exhaustivitatea și oportunitatea comenzilor; refuzul plăților electronice și cu cardul de credit; produsele returnate; rambursarea plăților electronice și cu cardul de credit; informațiile nu sunt garantate de Amare sau de orice persoană care creează sau transmite informațiile.

13.6 Garanții

- A. TOATE INFORMAȚIILE PRIVIND VOLUMUL (așa cum sunt descrise în Planul global de compensare al Amare) SUNT FURNIZATE „CA ATARE”, FĂRĂ GARANȚII, EXPRESE SAU IMPLICITE, ȘI FĂRĂ DECLARAȚII DE NICIUN FEL. ÎN SPECIAL, DAR FĂRĂ LIMITARE, NU VOR EXISTA GARANȚII DE VANDABILITATE, DE ADECVARE PENTRU O ANUMITĂ UTILIZARE SAU DE NEÎNCĂLCARE.

ÎN CEA MAI MARE MĂSURĂ PERMISĂ DE LEGISLAȚIA APLICABILĂ, AMARE ȘI/SAU ALTE PERSOANE CARE CREEAZĂ SAU TRANSMIT INFORMAȚIILE NU VOR FI ÎN NICIUN CAZ RĂSPUNZĂTOARE FAȚĂ DE NICIUN BRAND PARTNER SAU FAȚĂ DE ORICINE ALTCINEVA PENTRU ORICE DAUNE DIRECTE, INDIRECTE, SUBSECVENTE, INCIDENTALE, SPECIALE SAU PUNITIVE CARE REZULTĂ DIN UTILIZAREA SAU ACCESUL LA INFORMAȚII (INCLUSIV, DAR FĂRĂ A SE LIMITA LA PIERDEREA DE PROFIT, BONUSURI SAU COMISIOANE, PIERDEREA DE OPORTUNITĂȚI ȘI DAUNELE CARE POT REZULTA DIN INEXACTITATEA, CARACTERUL INCOMPLET, INCONVENIENȚELE, ÎNTÂRZIERILE SAU PIERDEREA UTILIZĂRII INFORMAȚIILOR), CHIAR DACĂ AMARE SAU ALTE PERSOANE CARE CREEAZĂ SAU TRANSMIT INFORMAȚIILE AU FOST INFORMATE CU PRIVIRE LA POSIBILITATEA UNOR ASTFEL DE DAUNE. ÎN MĂSURA MAXIMĂ PERMISĂ DE LEGE, AMARE SAU ALTE PERSOANE CARE CREEAZĂ SAU TRANSMIT INFORMAȚIILE NU VOR AVEA NICIO RESPONSABILITATE FAȚĂ DE DUMNEAVOASTRĂ SAU FAȚĂ DE ORICINE ALTCINEVA ÎN TEMEIUL VREUNUI PREJUDICIU, CONTRACT, NEGLIJENȚĂ, RĂSPUNDERE STRICTĂ, RĂSPUNDERE PENTRU PRODUSE SAU ALTĂ TEORIE CU PRIVIRE LA ORICE SUBIECT AL ACESTUI ACORD SAU AL TERMENILOR ȘI CONDIȚIILOR AFERENTE ACESTUIA.

14 GARANȚIILE PRODUSELOR, RETURNĂRILE ȘI RĂSCUMPĂRAREA STOCURILOR

14.1 CLIENȚI Anulare, garanție de satisfacție a produsului și politici de returnare

- A. Amare oferă o garanție de satisfacție de treizeci (30) de zile cu rambursare de sută la sută (mai puțin cheltuielile de expediere) pentru toate produsele achiziționate de Clienți. Perioada de 30 de zile începe la data la care Clientul primește produsul. Clienții trebuie să returneze toate produsele folosite și neutilizate către Amare. Odată primite, Centrul de Distribuție al Amare va procesa toate returnările și rambursările în termen de treizeci de zile de la primirea produsului.
- B. În cazul în care o comandă este onorată cu bunuri care sosesc în transporturi separate, Clientul are dreptul de a anula comanda în termen de 14 zile de la livrarea ultimului articol. Clientul

trebuie să își exprime în mod explicit intenția de a anula. Deși este disponibil un formular de anulare, utilizarea acestuia nu este obligatorie; orice declarație neechivocă (cum ar fi un e-mail sau o scrisoare) va fi, de asemenea, considerată valabilă ca notificare de anulare. Pentru a respecta termenul de anulare, este suficient ca Clientul să trimită mesajul său de anulare înainte de sfârșitul perioadei de 14 zile. Notificarea de anulare trebuie să includă următoarele detalii:

- I. adresa clientului,
- II. descrierea bunurilor,
- III. data comenzii,
- IV. orice număr de referință de pe comandă.

Clientul este obligat să trimită rapid înapoi toate articolele, în termen de 14 zile de la informarea societății cu privire la decizia sa de a anula contractul. Clientul va fi responsabil pentru acoperirea costurilor implicate în returnarea mărfii.

- C. În cazul în care Clientul anulează contractul, acestuia trebuie să i se ramburseze toate plățile, inclusiv costurile de livrare. Rambursarea va fi efectuată fără întârzieri nejustificate și nu mai târziu de:
- 14 zile de la data la care partenerul Brand Partner primește înapoi de la Client toate bunurile furnizate, sau
 - (dacă este mai devreme) 14 zile de la data la care Clientul furnizează dovada că a returnat bunurile, sau
 - dacă nu au fost furnizate bunuri, 14 zile de la data la care partenerul Brand Partner a fost informat cu privire la decizia Clientului de a anula acest contract.
- Rambursarea trebuie efectuată folosind aceeași metodă de plată utilizată de Client pentru efectuarea plății.
- D. Efectele returnărilor de produse ale Clienților asupra partenerilor Brand Partner: În cazul în care partenerul Brand Partner dorește să schimbe produsul returnat de Client, acesta trebuie să contacteze Societatea în termen de 45 de zile de la data achiziției inițiale pentru a iniția un schimb de produs pentru orice produs revandabil, în conformitate cu secțiunea 14.2.
- E. Partenerii Brand Partner sunt de acord că, în cazul în care, în termen de 30 de zile de la achiziționarea produsului direct de la Societate, Clientul nu este mulțumit, indiferent de motiv, Clienții pot contacta Amare pentru o rambursare sunând la Customer Experience sau prin e-mail la: cs.eur@amare.com. pentru un schimb sau o rambursare a produsului (produselor) achiziționat(e). Partenerii Brand Partner trebuie să respecte alegerea Clientului și nu pot descuraja un Client de la solicitarea unei rambursări.
- F. Dacă un Client solicită o rambursare direct de la un Brand Partner, partenerul Brand Partner trebuie să completeze o Cerere de rambursare la Societate. Partenerul Brand Partner trebuie să calculeze valoarea rambursării Clientului, să solicite Clientului să semneze Formularul de rambursare și să plătească imediat rambursarea Clientului prin aceeași metodă de plată utilizată pentru achiziționarea produsului (produselor). Partenerul Brand Partner trebuie apoi să trimită Cererea de rambursare și o copie a Formularului original de comandă cu amănuntul al Clientului, împreună cu etichetele originale ale produsului sau porțiunea neutilizată a produsului sau recipientele goale ale produsului către Amare în termen de 30 de zile de la efectuarea rambursării către Client. Amare va schimba apoi produsele returnate cu un produs de înlocuire identic pentru Brand Partner de îndată ce toate documentele necesare au fost primite.

14.2 BRAND PARTNER Procesul de anulare și răscumpărare

- A. Partenerii Brand Partner au la dispoziție 14 zile calendaristice de la data intrării în vigoare a Acordului de Brand Partner Independent pentru a se retrage fără penalități și fără a oferi niciun motiv, cu condiția ca Brand Partner să informeze Amare în scris cu privire la decizia de retragere înainte de expirarea perioadei.
- B. Societatea rambursează toate sumele plătite de Brand Partner. Toate produsele nevândute și instrumentele de vânzare trebuie să fie în stare de revânzare și trebuie returnate în termen de 14 zile de la data anulării.
- C. În cazul încetării voluntare sau al anulării unui Acord de Brand Partner Independent de către oricare dintre părți, Amare va răscumpăra de la Brand Partner orice parte a stocului comercializabil în prezent al Brand Partner-ului pe care acesta l-a achiziționat de la Amare în cele douăsprezece luni anterioare.
- D. Partenerul Brand Partner Independent informează în scris Societatea cu privire la decizia sa de a-și rezilia voluntar contractul. Toate produsele trebuie returnate în termen de 14 zile de la data anulării. Sub rezerva că achiziționarea produsului (produselor) de către Brand Partner nu a avut loc prin încălcarea contractului, se aplică următoarele:
 - I. Răscumpărarea produselor (inclusiv a materialelor de instruire și promovare, a manualelor și truselor de afaceri) în orice moment între a 15-a zi și în termen de 90 de zile de la data acceptării Acordului său: Prețul integral al produsului (inclusiv TVA), minus o taxă de manipulare rezonabilă și, dacă este cazul, minus o sumă pentru a ține cont de valoarea redusă. În cazul în care Acordul este reziliat de către Societate, aceste deduceri nu se vor aplica, iar Societatea va rambursa cheltuielile rezonabile de transport pentru returnarea produselor.
 - II. Răscumpărarea produselor (inclusiv a materialelor de instruire și promovare, a manualelor și truselor de afaceri) în orice moment între a 90-a zi și în termen de un an (1 an) de la data acceptării Acordului său: un preț nu mai mic decât prețul de 90% al produsului (inclusiv TVA) plătit de Brand Partner pentru achiziționarea produselor respective, minus o sumă egală cu:
 - a. orice comisioane, bonusuri sau alte beneficii primite de vânzătorul direct în legătură cu produsele respective;
 - b. orice sume datorate de Brand Partner Societății în orice cont; și
 - c. o taxă rezonabilă de manipulare de până la 10% din prețul plătit.
- E. Licența de afaceri (Business License) este integral rambursabilă în cazul în care Brand Partner își încetează dreptul de distribuitor în termen de 30 de zile de la efectuarea plății.
- F. Societatea nu acceptă returnarea produselor achiziționate cu încălcarea regulii de 70%
- G. Costurile plătite pentru returnarea produselor la Amare vor fi suportate de Brand Partner și nu vor fi rambursate.
- H. În sensul Acordului, inventarul care face obiectul răscumpărării include toate produsele realizate de societate, materialele promoționale, pachetele de pornire sau alte instrumente de vânzare achiziționate de partenerul Brand Partner de la Amare.
- I. Dispozițiile privind răscumpărarea din prezenta secțiune nu se aplică stocurilor care nu sunt în

prezent stocuri comercializabile. Stocurile comercializabile în prezent nu includ stocurile care au depășit data de expirare, al căror sigiliu de siguranță securizat a fost deteriorat sau îndepărtat, care au fost deschise sau consumate parțial, care au fost întrerupte de societate sau care sunt de natură sezonieră sau reprezintă un produs promoțional special.

- J. Orice comandă personalizată de instrumente de vânzare tipărite (de exemplu, cărți de vizită, broșuri etc.) pe care sunt încorporate sau imprimare pe hârtie datele de contact ale Brand Partner, sau au fost adăugate de către Brand Partner, nu pot fi returnate în stare „Vandabilă în prezent” și, prin urmare, nu pot fi rambursate.
- K. În cazul în care Brand Partner nu revendică produsele și acestea sunt ulterior răscumpărate sau rambursate în temeiul prezentului document (de exemplu, comanda a fost refuzată, adresa sau numărul de telefon sunt incorecte, livrarea a eșuat sau orice alt motiv), partenerului Brand Partner i se vor percepe taxe administrative în valoare de 16 EUR (+TVA) și va rămâne responsabil pentru costurile plătite pentru expedierea produsului către Brand Partner și pentru returnarea produsului către Amare.

14.3 Procesul de returnare

- A. Toate returnările, fie de către un Client, fie de către un partener Brand Partner, trebuie făcute după cum urmează:
 - I. Partenerul Brand Partner sau Clientul trebuie să contacteze Serviciul Clienți Amare Global folosind informațiile de contact înregistrate pentru a trimite cererea de returnare în scris;
 - II. Obțineți Autorizația de returnare a mărfii („RMA”) de la Amare Global contactând Serviciul clienți;
 - III. Furnizați informații privind Numărul dumneavoastră de partener al Amare Global, numărul de Comandă și motivul returnării, dacă Brand Partner dorește
 - IV. Citiți cu atenție informațiile privind procesul de returnare furnizate de Serviciul Clienți Amare Global pentru articolele returnate.
- B. Cu excepția cazului în care se specifică altfel în secțiunile 14.1 și 14.2, toate produsele trebuie să fie expediate de către partenerul Brand Partner sau de către Client pe adresa Amare în termen de cel mult 14 zile de la data emiterii autorizației RMA. Toate costurile de expediere înapoi trebuie plătite de către Client sau Brand Partner. Pentru a facilita procesul de returnare, vă rugăm să trimiteți produsele la adresa Landskronavägen 27 A, 252 32 Helsingborg – Suedia.
- C. Procesarea retururilor poate dura până la 14 zile lucrătoare.
- D. Toate returnările trebuie să fie preplătite atunci când sunt expediate către Amare Global, deoarece Amare Global nu acceptă expedierea pachetelor cu taxă inversă. Amare Global recomandă expedierea produsului returnat cu urmărire și asigurare, deoarece riscul de pierdere sau deteriorare în timpul expedierii produsului returnat va fi suportat exclusiv de către Client sau Brand Partner. În cazul în care produsul returnat nu este primit la Amare Global Distribution Center, este responsabilitatea Clientului sau a partenerului Brand Partner să urmărească expedierea și nu se va aplica niciun credit.
- E. Returnările fără autorizație prealabilă pot să nu fie eligibile pentru rambursare.

- F. Dacă returnați articole dintr-o comandă care includea un Cadou gratuit la Achiziție (Gift with Purchase - GWP), iar valoarea comenzii dumneavoastră scade sub suma eligibilă pentru GWP după returnare, atunci și GWP-ul răscumpărat trebuie returnat. Dacă GWP-ul nu este returnat, veți suporta taxe bazate pe valoarea de piață a GWP, care vor fi deduse după cum urmează: a) în cazul partenerilor Brand Partners, din comisionul care îi va fi plătit Brand Partner-ului în luna următoare; b) în cazul Clienților, din suma totală de rambursare a Clientului. Această politică se aplică atât retururilor efectuate de partenerii Brand Partner în cadrul perioadei de reflecție de 14 zile, cât și retururilor efectuate de către Clienți în cadrul garanției de satisfacție de 30 de zile cu rambursare banilor în procent de sută la sută, precum și oricăror comenzi ulterioare plasate cu un cont deja existent.

14.4 Returnarea produselor deteriorate sau trimise incorect

- A. Dacă un client sau un Brand Partner primește produse deteriorate sau incorecte, Amare Global va schimba produsele returnate în termen de cincisprezece (15) zile de la primire. Produsele returnate vor fi înlocuite cu produse nedeteriorate ori de câte ori este posibil. Dacă înlocuirea nu este posibilă, Amare Global își rezervă dreptul de a acorda Clientului sau partenerului Brand Partner un credit pentru suma totală a produsului (produselor) înlocuit(e).
- B. În cazul unui colet deteriorat, partenerul Brand Partner va trebui să documenteze totul cu fotografii în format digital care vor fi atașate la comunicarea adresată Societății pentru a verifica prezența și amploarea daunelor cauzate de transportul fizic al produselor de către curier.

14.5 Ajustări ale Comisioanelor ca urmare a returnărilor de produse pentru Anulare, Răscumpărare sau pentru Politicile de returnare ale clienților

- A. Atunci când un produs este returnat către Amare pentru rambursare sau este răscumpărat de către Societate, bonusurile și comisioanele atribuite produsului (produselor) returnat(e) sau răscumpărat(e) vor fi deduse în luna în care se acordă rambursarea și în fiecare perioadă de plată ulterioară până la recuperarea comisionului, de la partenerii Brand Partner care au primit bonusuri sau comisioane pentru vânzările produselor rambursate.
- B. Deducerile vor avea loc în luna în care se acordă rambursarea și vor continua în fiecare perioadă de plată ulterioară până la recuperarea bonusului, comisioanelor sau volumului.
- C. În cazul în care un astfel de partener Brand Partner își reziliază Acordul de Brand Partner Independent, iar sumele aferente bonusurilor sau comisioanelor atribuite produselor returnate nu au fost încă recuperate integral de către societate, soldul rămas neplătit poate fi dedus din orice sumă pe care Societatea o datorează partenerului Brand Partner reziliat. În plus, Amare Global, la propria discreție, poate recurge la opțiuni suplimentare pentru a recupera orice bonusuri sau comisioane restante care nu au fost recuperate integral.
- D. Atunci când o tranzacție cu un produs sau serviciu primește o rambursare de la Procesorul de plăți pentru comercianți al Amare Global, bonusurile și comisioanele atribuite produsului sau serviciului vor fi deduse de la partenerii Brand Partner care au primit bonusuri sau comisioane pentru astfel de vânzări. Deducerile vor avea loc în luna în care se primește rambursarea și vor continua în fiecare perioadă de plată ulterioară până la recuperarea bonusului și/sau a comisionului. În plus, dacă un Brand Partner inițiază o tranzacție de rambursare la o comandă

care a provenit de la Brand Partner, Amare Global poate recupera orice taxe asociate rambursării și poate suspenda contul partenerului Brand Partner. Este posibil ca volumul care va fi recuperat să nu fie vizibil între a 28-a zi a lunii și a 3-a zi a lunii următoare, pentru a permite partenerilor Brand Partner să își înțeleagă volumul de clasare la sfârșitul fiecărei luni.

14.6 Limitări privind revânzarea articolelor din pachetul de produse

- A. Articolele dintr-un pachet de produse pot fi revândute individual numai dacă există un preț stabilit pentru acel articol individual. În caz contrar, este interzisă vânzarea individuală de articole care nu au un preț stabilit.

15 POLITICA DE CONFIDENȚIALITATE

15.1 Introducere

- A. Amare Global a publicat o politică de confidențialitate la adresa <https://www.amare.com/PrivacyPolicy.html> pentru a descrie modul în care colectează, utilizează și divulgă informațiile personale („Politica de confidențialitate”). Politica de confidențialitate descrie și dezvăluie modul în care Amare Global protejează informațiile personale care îi sunt dezvăluite de către Clienți, Brand Partner, potențiali Clienți și parteneri Brand Partner și alții. Prin înregistrarea ca Brand Partner și prin utilizarea sau vizitarea site-ului web amareglobal.com, partenerii Brand Partner sunt de acord cu Politica de confidențialitate.

15.2 Așteptări în ceea ce privește confidențialitatea

- A. Amare Global recunoaște și respectă importanța pe care Clienții și partenerii săi Brand Partner o acordă confidențialității informațiilor lor financiare și personale. După cum se prevede în Politica de confidențialitate, Amare Global va depune eforturi rezonabile pentru a proteja caracterul privat și confidențial informațiilor financiare și de cont și al informațiilor personale ale Clienților și partenerilor Brand Partner. Cu toate acestea, este important de înțeles că nicio măsură de protecție sau precauție nu poate oferi securitate absolută.
- B. Prin încheierea Acordului de Brand Partner, partenerul Brand Partner autorizează Amare Global să îi divulge numele și informațiile de contact partenerilor Brand Partner din linia ascendentă numai pentru activități legate de promovarea activității Amare Global. În ceea ce privește informațiile personale referitoare la partenerii Brand Partner și la Clienții din Organizațiile lor, partenerii Brand Partner sunt de acord să păstreze confidențialitatea și securitatea acestor informații și să le utilizeze exclusiv în scopul susținerii și deservirii Organizațiilor lor și al desfășurării activității Amare Global.

15.3 Accesul angajaților la informații

- A. Amare Global și filialele sale se angajează să ia măsurile de precauție necesare pentru a păstra confidențialitatea informațiilor partenerilor Brand Partner Independenți / a clienților / invitaților / vizitatorilor și pentru a nu împărtăși aceste informații cu terțe părți. Amare Global și angajații săi se angajează să protejeze confidențialitatea informațiilor obținute în timpul exercitării funcțiilor lor și să utilizeze astfel de informații numai în domeniul de aplicare al Legii privind

protecția datelor cu caracter personal nr. 6698 („GDPR”).

15.4 Restricții privind divulgarea informațiilor referitoare la conturi

- A. Amare Global nu va partaja informații personale sau informații financiare despre actualii sau foștii Clienții sau despre partenerii Brand Partner cu terțe părți, cu excepția acelor prevăzute în Politica de confidențialitate.

15.5 Obligațiile partenerului Brand Partner privind protecția vieții private

- A. A. În cazul în care un Brand Partner primește informații personale de la sau despre un Brand Partner, un Brand Partner potențial, un Client sau un potențial Client, este responsabilitatea partenerului Brand Partner să mențină securitatea informațiilor personale și să distrugă sau să șteargă ireversibil informațiile personale ale altor persoane după ce partenerul Brand Partner nu mai are nevoie de acestea. În măsura în care este necesar ca un Brand Partner să stocheze sau să păstreze informațiile personale ale altor persoane, partenerul Brand Partner trebuie să stocheze sau să păstreze informațiile într-o locație sigură, fizică sau digitală. Cardul de credit și informațiile de plată trebuie distruse/șterse imediat după procesarea plății. Astfel cum sunt utilizate în prezentul document, informațiile personale sunt informații care pot fi utilizate pentru a identifica, localiza sau contacta o persoană, singure sau combinate cu alte informații personale sau de identificare. Exemple de informații personale includ: numele unei persoane, adresa de domiciliu sau altă adresă fizică, adresa de e-mail, numărul de telefon, numărul de securitate socială sau alt număr de identificare fiscală, numărul pașaportului, numărul permisului de conducere, numărul contului bancar, numărul cardului de credit sau de debit și caracteristicile personale, inclusiv imaginea fotografică, amprentele digitale, scrisul de mână sau alte date biometrice unice.

16 INFORMAȚII PROPRIETARE ȘI SECRETE COMERCIALE

16.1 Rapoarte de afaceri, liste și informații proprietare

- A. Partenerii Brand Partner recunosc și sunt de acord că Rapoartele de afaceri, listele cu numele și datele de contact ale Clienților și ale partenerilor Brand Partner și orice alte informații care conțin informații financiare sau de altă natură, scrise sau distribuite în alt mod de Amare Global, referitoare la activitatea Amare Global (denumite în mod colectiv „rapoarte”), sunt informații confidențiale și exclusive și secrete comerciale aparținând Amare Global. Amare Global a investit timp, efort și resurse financiare considerabile în compilarea Rapoartelor.

16.2 Obligația de confidențialitate

- A. Aceste Rapoarte sunt strict în posesia și la discreția Amare Global. Amare Global își rezervă dreptul de a refuza accesul oricărui Brand Partner la orice Raport și de a solicita unui Brand Partner să returneze sau să distrugă imediat orice Raport. Rapoartele sunt furnizate partenerilor Brand Partner în condiții de strictă confidențialitate și sunt puse la dispoziția partenerilor Brand Partner cu unicul scop de a-i ajuta să colaboreze cu organizațiile lor respective în dezvoltarea afacerilor lor independente Amare Global. Fiecare Brand Partner și Amare Global sunt de acord că, în lipsa prezentului acord de confidențialitate și nedivulgare, Amare Global nu ar furniza niciun Raport partenerului Brand Partner.

- B. Pentru a proteja natura confidențială și proprietară a rapoartelor, un Brand Partner NU poate, în nume propriu sau în numele oricărei alte persoane, parteneriat, asociații, corporații sau alte entități, pe durata Acordului și pentru o perioadă de cinci (5) ani de la anularea sau încetarea acestuia din orice motiv:
- I. Să utilizeze informațiile din Rapoarte pentru a concura cu Amare Global sau în orice alt scop decât promovarea afacerii sale Amare Global;
 - II. Să utilizeze sau să divulge către orice persoană sau entitate orice informații confidențiale conținute în Rapoarte, inclusiv reproducerea genealogiei într-o altă companie de marketing în rețea.
 - III. Să divulge vreun Raport, vreo parte a Rapoartelor sau oricare dintre informațiile din oricare dintre Rapoarte către orice terță parte;
 - IV. Să utilizeze Rapoartele sau orice informații conținute în acestea în orice mod pentru a identifica și a solicita Clienților Amare Global și partenerilor Brand Partner să participe la alte oportunități și activități comerciale;
 - V. Să utilizeze sau să divulge intenționat sau neintenționat vreunul dintre Rapoarte, orice parte a unui Raport sau orice informații conținute în oricare dintre Rapoarte într-un mod care cauzează prejudicii ireparabile societății Amare Global.
- C. Partenerul Brand Partner înțelege și este de acord că obligațiile de confidențialitate ale partenerului Brand Partner din prezentul document vor supraviețui oricărei încetări sau anulări a Acordului.

16.3 Încălcare și remedii

- A. Partenerul Brand Partner recunoaște că astfel de informații exclusive au un caracter care le face unice și că divulgarea sau utilizarea acestora prin încălcarea acestei dispoziții va duce la daune ireparabile pentru Amare Global și pentru afacerile independente ale Amare Global. Amare Global va avea dreptul la măsuri asigurătorii sau la despăgubiri împotriva oricărui Brand Partner care încalcă această dispoziție în orice acțiune de punere în aplicare a drepturilor sale în temeiul acestei secțiuni. Partea care prevalează are dreptul la acordarea de onorarii de avocat, costuri și cheltuieli de judecată.

16.4 Returnarea sau distrugerea rapoartelor

- A. La cererea Amare Global, orice Brand Partner actual sau din trecut va returna sau va distruge originalul și toate copiile tuturor „Rapoartelor” adresate Amare Global, împreună cu orice alte informații confidențiale Amare Global aflate în posesia persoanei respective.

17 SOLUȚIONAREA LITIGIILOR ȘI PROCEDURI DISCIPLINARE

17.1 Sancțiuni disciplinare

- A. Încălcarea Acordului, inclusiv a prezentelor Politici și Proceduri (după caz), sau orice conduită comercială ilegală, frauduloasă, înșelătoare sau lipsită de etică din partea unui Brand Partner poate duce, la discreția Amare, la una sau mai multe dintre următoarele măsuri corective, care vor fi considerate, dacă este necesar, drept daune lichidate pentru o încălcare a Acordului, dar nu vor duce la renunțarea la alte drepturi ale Amare în temeiul Acordului:

- I. Emiterea unui avertisment scris sau a unei admonestări;
- II. Solicitarea ca Brand Partner să ia măsuri corective imediate;
- III. Impunerea unei amenzi, care poate fi reținută din plata bonusurilor și comisioanelor;
- IV. Pierderea sau suspendarea drepturilor la unul sau mai multe bonusuri și comisioane;
- V. Amare poate reține bonusurile și comisioanele unui Brand Partner, integral sau parțial, în perioada în care Amare investighează eventuale comportamente care ar putea încălca Acordul. În cazul în care Amare alege să rezilieze Acordul din cauza unei încălcări a Acordului de către partenerul Brand Partner sau a unei încălcări a legilor sau reglementărilor aplicabile, partenerul Brand Partner nu va avea dreptul să primească niciun comision sau plată care a fost reținută în timpul perioadei de investigație anterioare rezilierii efective;
- VI. Suspendarea dreptului partenerului Brand Partner de a achiziționa produse și/sau de a primi plăți;
- VII. Încetarea acordului;
- VIII. Orice altă măsură permisă în mod expres în cadrul oricărei prevederi a Acordului sau pe care Amare o consideră practic de implementat și adecvată pentru a rezolva în mod echitabil prejudiciile cauzate parțial sau exclusiv de comportamentul sau omisiunea partenerului Brand Partner;
- IX. Măsurile de mai sus nu epuizează drepturile Amare și nu înseamnă că Amare nu poate iniția, de asemenea, proceduri judiciare pentru despăgubiri pecuniare și/sau echitabile sau să ia alte măsuri permise de acord sau de legile aplicabile.

17.2 Plângeri și reclamații

- A. În cazul în care un Brand Partner are o nemulțumire sau o plângere referitor la un alt Brand Partner cu privire la orice practică sau comportament în legătură cu afacerile lor Amare, acesta este încurajat să încerce să rezolve problema prin discuții private cu cealaltă parte. În cazul în care acest lucru nu este posibil sau nu are succes, partenerul Brand Partner reclamant este încurajat să discute problema cu Sponsorul său, care poate analiza problema și poate încerca să o rezolve, poate prin „bunele oficii” ale sponsorului de linie ascendentă al celeilalte părți. Litigiile nerezolvate pot fi raportate în scris la Departamentul de Servicii de Conformitate din cadrul Societății, care poate solicita asistență din partea unei Comisii de soluționare a litigiilor în vederea revizuirii și stabilirii finale, după caz.

17.3 Comisia de soluționare a litigiilor

- A. Comisia de soluționare a litigiilor (sau „DRB”) este compusă din una sau mai multe persoane calificate selectate de conducerea Amare. Componenta Comisiei de soluționare a litigiilor se poate modifica în orice moment. Scopul DRB este:
 - I. Examinarea apelurilor privind orice măsuri luate de Societate pentru o presupusă încălcare a obligațiilor unui Brand Partner; și
 - II. Revizuirea problemelor dintre partenerii Brand Partner ai Amare. Dacă răspunsul sau soluționarea propusă de Serviciul clienți a fost respinsă sau problema rămâne nerezolvată, Comisia de soluționare a litigiilor poate examina dovezile, poate delibera și răspunde la problemele rămase.
- B. Un Brand Partner poate depune o cerere scrisă pentru o revizuire telefonică sau în persoană în termen de șapte zile lucrătoare de la data: (1) notificării scrise de către Amare a acțiunii; sau (2) de la data deciziei scrise a Serviciilor pentru partenerii Brand Partner privind litigiile dintre

partenerii Brand Partner în conformitate cu secțiunea 17.3. Toate comunicările cu Amare și cu partenerul Brand Partner în vederea soluționării unui litigiu trebuie să fie în scris. Este la latitudinea DRB dacă o cerere este acceptată pentru revizuire. În cazul în care DRB este de acord să revizuiască problema, acesta va programa o revizuire în termen de treizeci (30) de zile de la primirea cererii scrise a partenerului Brand Partner.

- C. Toate dovezile (de exemplu, documente, exponate etc.) pe care un Brand Partner dorește ca DRB să le examineze, trebuie trimise către Amare cu cel puțin șapte zile lucrătoare înainte de data revizuirii. Partenerul Brand Partner suportă toate cheltuielile legate de prezența sa și de prezența oricărui martori pe care dorește să îi prezinte la revizuire. Decizia DRB va fi definitivă și nu va face obiectul niciunei alte revizuirii din partea Societății. Pe durata pendinte a unei reclamații în fața DRB, Societatea se va opune în mod activ oricărui efort al unui Brand Partner de a solicita arbitrajul sau orice alt remediu împotriva celeilalte părți sau părților la litigiu sau împotriva Amare.

17.4 Legea aplicabilă și jurisdicția

- A. Acordul de Brand Partner Independent dintre Brand Partner și Amare a fost încheiat în Helsinborg, Suedia, Europa, deoarece acesta este locul unde care Brand Partner a depus cererea de înscriere ca Brand Partner Independent al Amare și în care cererea a fost analizată și aprobată de Amare. Acordul de Brand Partner Independent este guvernat exclusiv de legile Suediei, și partenerul Brand Partner este de acord să se supună exclusiv jurisdicției instanțelor din Suedia, cu sediul în Helsinborg, pentru soluționarea oricăror reclamații sau litigii legate de interpretarea sau aplicarea termenilor Acordului de Brand Partner Independent.

18 PRODUSE ȘI SERVICII ALE SOCIETĂȚII

Fiecare Brand Partner se angajează să utilizeze personal, să vândă sau să folosească în dezvoltarea afacerii cel puțin 70% din fiecare comandă plasată la Societate înainte de a plasa o altă comandă. Fiecărui Brand Partner i poate solicita, în orice moment, să verifice certificarea în scris și să documenteze vânzările cu amănuntul aferente. Se interzice achiziționarea de produse doar cu scopul de a colecta bonusuri sau de a obține un rang. Amare Global își rezervă dreptul de a recupera Bonusurile și/ sau Comisioanele plătite pentru vânzările/cumpărările efectuate prin încălcarea acestei reguli.

18.1 Achiziții de stocuri excedentare interzise

- A. Pentru a se asigura că partenerii Brand Partner nu sunt împovărați cu stocuri excedentare pe care nu le pot vinde, aceste stocuri pot fi returnate la Amare la anularea partenerului Brand Partner în conformitate cu condițiile de utilizare din acest document. Partenerilor Brand Partner le este interzis să achiziționeze produse în valoare de peste 800 EUR pe lună, cu excepția cazului în care declară societății Amare că au comenzi de vânzare cu amănuntul în așteptare care depășesc această sumă sau furnizează societății Amare un alt motiv scris pentru care o astfel de achiziție este necesară.

18.2 Cerințele de vânzări sunt reglementate de Plan de compensare

- A. Cu excepția cazului în care se indică altfel, produsele și serviciile sunt procesate la prețurile cu ridicata ale partenerilor Brand Partner independenți. Societatea a stabilit un preț de vânzare cu amănuntul sugerat (SRP) ca recomandare pentru vânzarea unui anumit produs sau serviciu către clienții cu amănuntul, însă partenerul Brand Partner poate stabili propriile prețuri de vânzare cu amănuntul la discreția sa. Partenerilor Brand Partner le este strict interzis să facă publicitate sau să afișeze produsele Amare sub prețul de vânzare cu amănuntul recomandat publicat de Societate în eventualele materiale publicitare, tipărite, electronice sau de altă natură. Nu există teritorii exclusive acordate nimănui. Nu se aplică nicio taxă de franciză pentru afacerile Amare Global.
- B. Programul Amare Global este dezvoltat pe vânzări către consumatorul final. Amare Global își încurajează partenerii Brand Partner să achiziționeze numai stocuri pe care ei și familia lor le vor consuma personal, care vor fi utilizate ca instrument de vânzare sau care vor fi revândute altor persoane pentru consumul lor propriu. Partenerii Brand Partner nu trebuie să încerce niciodată să influențeze un alt Brand Partner să cumpere mai multe produse decât poate utiliza sau vinde în mod rezonabil Clienților cu amănuntul într-o lună. Subliniem și încurajăm toți partenerii Brand Partner să vândă Clienților produsele și serviciile Amare Global. Succesul unui partener Brand Partner poate veni numai prin vânzarea sistematică de produse și prin vânzarea de produse a altor parteneri Brand Partner din cadrul Organizației sale.

19 COMANDĂ

19.1 Politici generale de comandă

O persoană nu este obligată să achiziționeze niciun produs pentru a fi Brand Partner. Numai partenerii Brand Partner pot revinde produsele Amare Global.

19.2 Cumpărare de bonusuri

- A. „Cumpărarea de bonusuri” este strict și categoric interzisă. Cumpărare de bonusuri include: {a} Înrolarea de persoane fizice sau entități fără cunoașterea și/sau semnarea unui Acord de către aceste persoane fizice sau Entități Comerciale; {b} Înrolarea frauduloasă a unei persoane fizice sau entități ca Brand Partner sau Client; {c} Înrolarea sau încercarea de înrolare a unor persoane fizice sau Entități comerciale inexistente în calitate de parteneri Brand Partner sau de Clienți („fantome”); {d} Achiziționarea de produse sau servicii Amare Global în numele unui alt Brand Partner sau Client, sau sub numărul de identificare al unui alt Brand Partner sau Client, pentru a se califica pentru comisioane sau bonusuri; {e} Achiziționarea de cantități excesive de produse sau servicii care nu pot fi utilizate sau revândute în mod rezonabil într-o lună; și/sau {f} Orice alt mecanism sau artificiu pentru a se califica pentru avansarea în rang, pentru stimulente, premii, comisioane sau bonusuri care nu este determinat de achiziții de produse sau servicii de bună-credință de către Clienții utilizatori finali.

Încălcarea acestei reguli supune partenerul Brand Partner dispozițiilor disciplinare prevăzute aici.

19.3 Restricții privind utilizarea de către terți a cardurilor de credit și accesul la conturile curente

- A. Pentru a păstra independența partenerilor Brand Partner Amare și pentru a proteja integritatea planului de compensare al Societății, Amare descurajează orice acorduri care creează datorii între partenerii Brand Partner independenți sau Clienți.
- B. Un Brand Partner nu va utiliza cardul de credit sau contul de debit al unui alt Brand Partner sau Client pentru a se înscrie în Amare Global sau pentru a achiziționa produse sau servicii fără permisiunea scrisă a titularului contului. O astfel de documentație trebuie păstrată de către Brand Partner pe termen nelimitat în cazul în care Amare Global trebuie să facă referire la aceasta. Partenerii Brand Partner nu trebuie să utilizeze propriile carduri de credit pentru a achiziționa produse pentru un alt Client sau Brand Partner prin intermediul unui alt cont decât contul propriu al partenerului Brand Partner. În rarele ocazii în care este necesar să se procedeze astfel, Amare Global trebuie să primească permisiunea scrisă din partea Clientului sau a partenerului Brand Partner pentru care se face comanda produsului. Amare Global poate anula orice vânzare care nu are permisiunea scrisă, cauzând pierderea comisioanelor rezultate din vânzare și alte acțiuni disciplinare.

19.4 Achiziționarea produselor Amare

- A. Fiecare Brand Partner trebuie să achiziționeze produsele sale direct de la Amare pentru a fi creditat cu volumul personal de vânzări asociat cu achiziția respectivă.

19.5 Politici generale de comandă

- A. În cazul comenzilor prin poștă cu plată nevalidă sau incorectă, Amare poate încerca să îl contacteze pe Brand Partner prin telefon și/sau pe cale poștală pentru a încerca să obțină plata corectă. Dacă aceste încercări sunt nereușite după zece (10) zile lucrătoare, comanda va fi anulată.

19.6 Politica de expediere și comenzile întârziate

- A. Amare va expedia în mod normal produsele în termen de cinci (5) zile de la data primirii unei comenzi. Amare va expedia cu promptitudine articolele comandate care sunt în prezent în stoc. Articolele comandate care nu sunt în stoc vor fi plasate în comandă și trimise atunci când Amare primește stocuri suplimentare. Partenerii Brand Partner vor fi taxați și li se va acorda Volumul Personal de Vânzări pentru articolele în așteptare, cu excepția cazului în care pe factură se menționează că produsul a fost întrerupt. Amare va notifica partenerii Brand Partner și Clienții în cazul în care articolele sunt în așteptare și nu se așteaptă să fie livrate în termen de 30 de zile de la data comenzii. De asemenea, va fi furnizată o dată estimată de expediere. Articolele în așteptare pot fi anulate la cererea unui Client sau a unui Brand Partner. Clienții și partenerii Brand Partner pot solicita o rambursare, un credit în cont sau înlocuirea mărfii pentru comenzile în urmă anulate. În cazul în care se solicită o rambursare, volumul personal de vânzări al partenerului Brand Partner va fi diminuat cu suma rambursării în luna în care este emisă rambursarea.

19.7 Confirmarea comenzii

Partenerul Brand Partner și/sau destinatarul unei comenzi trebuie să confirme că produsul primit corespunde produsului listat pe factura de expediere și că nu este deteriorat. Neinformarea Amare cu privire la orice discrepanță de expediere sau deteriorare în termen de treizeci de zile de la primirea livrării va anula dreptul partenerului Brand Partner de a solicita o corecție.

20 PLATA ȘI EXPEDIEREA

20.1 Depozit

- A. Amare recomandă insistent ca partenerii Brand Partner să nu accepte bani pentru o vânzare către un Client personal decât în momentul livrării produsului {de exemplu, nu acceptați bani în anticiparea livrărilor viitoare}.

20.2 Fonduri insuficiente

- A. Este responsabilitatea fiecărui partener Brand Partner să se asigure că există suficiente fonduri sau credit disponibil în contul său pentru a acoperi achiziționarea de produse și servicii. Amare nu va contacta partenerii Brand Partner în legătură cu comenzile anulate din cauza fondurilor insuficiente sau a creditului. Acest lucru poate duce la incapacitatea unui Brand Partner de a-și atinge Volumul Personal de Vânzări.
- B. Partenerul Brand Partner este responsabil să contacteze Amare și să furnizeze un card de credit care va fi achitat înainte de sfârșitul lunii astfel încât comanda să fie luată în considerare pentru luna respectivă.

20.3 Pachete returnate

- A. Partenerii Brand Partner cu pachete returnate la Amare din cauza unei adrese incorecte, a încercărilor nereușite de livrare, a returnării la expeditor sau din orice alt motiv vor fi taxați pentru expedierea către și de la Amare și se va aplica o taxă de procesare de 16,00 EUR, plus TVA. Această taxă va fi acoperită prin ajustarea bonusului și a comisionului respectivului Brand Partner și/sau prin debitarea cardului (cardurilor) de credit înregistrat(e) la Amare.

20.4 Taxe pe vânzări, utilizare și valoare adăugată

- A. În elaborarea oportunității Amare, una dintre filosofii noastre de bază a fost să scutim partenerii Brand Partner de cât mai multe sarcini administrative, operaționale și logistice. În acest fel, partenerii Brand Partner sunt liberi să se concentreze asupra activităților care le afectează în mod direct veniturile, și anume vânzările de produse și activitățile de înrolare. În acest scop, Amare încearcă să scutească partenerii Brand Partner de sarcinile de colectare și remitere a impozitelor pe vânzări, utilizare, bunuri și servicii, precum și a taxelor pe valoarea adăugată („Impozite pe consum”), de depunere a rapoartelor privind Impozitele pe consum și de păstrare a evidențelor referitoare la Impozitele pe consum. Cu toate acestea, partenerii Brand Partner au în continuare obligația să respecte toate legile și reglementările aplicabile în jurisdicțiile în care partenerii Brand Partner își desfășoară activitatea. Impozitele pe consum trebuie plătite,

În general, de către utilizatorul final al unui articol impozabil, astfel încât, ori de câte ori este posibil, Amare va încerca să colecteze și să remită Impozitele pe consum aplicabile în numele sau împreună cu partenerul Brand Partner.

- B. În cazul în care afacerea unui Brand Partner este scutită de impozit, trebuie să fie furnizat în scris numărul CIF (codul de identificare fiscală) către societatea Amare Global. Amare Global încurajează toți partenerii Brand Partner să se consulte cu un consilier fiscal competent, un contabil și/sau un consilier juridic în domeniile lor respective pentru a asigura conformitatea cu reglementările fiscale și cu toate celelalte reglementări legale legate de activitățile lor de afaceri. Partenerii Brand Partner iau act de faptul că Amare Global nu poate oferi niciun fel de consultanță profesională fiscală sau contabilă.

21 INACTIVITATE ȘI ANULARE

21.1 Efectul anulării

- A. Atât timp cât un Brand Partner rămâne activ și respectă termenii Acordului și aceste Politici și proceduri, Amare va plăti comisioane partenerului Brand Partner în conformitate cu Planul de compensare globală. Bonusurile și comisioanele unui Brand Partner constituie întreaga contraprestație pentru eforturile Brand Partner-ului în generarea de vânzări și pentru toate activitățile legate de generarea de vânzări (inclusiv crearea unei organizații în linie descendentă). În urma anulării unui Brand Partner din motive de inactivitate, așa cum este descris aici, sau a anulării voluntare sau involuntare a Acordului său, inclusiv pentru încălcarea Acordului de Brand Partner Independent sau pentru încălcarea Politicilor și procedurilor (toate aceste metode sunt denumite în mod colectiv „anulate” sau „anulare”), fostul Brand Partner nu va avea niciun drept, titlu, pretenție sau interes față de organizația de marketing în care a activat, față de orice secrete comerciale Amare din trecut, prezent sau viitor sau alte informații proprietare sau de proprietate intelectuală, sau față de orice comision sau bonus din vânzările generate de organizație după anularea partenerului Brand Partner.
- B. Un Brand Partner al cărui Acord este anulat își va pierde toate drepturile în calitate de Brand Partner. Acest lucru include dreptul de a vinde produse Amare și dreptul de a primi comisioane, bonusuri sau alte venituri viitoare rezultate din vânzări și alte activități ale fostei organizații de vânzări din linia descendentă a partenerului Brand Partner. Pentru a elimina orice dubiu, în cazul anulării, partenerul Brand Partner este de acord să renunțe la toate drepturile pe care le-ar putea avea, inclusiv, dar fără a se limita la acestea, la drepturile de proprietate, drepturile de secret comercial, drepturile de proprietate intelectuală sau de altă natură asupra fostei sale organizații din linia descendentă, la datele de marketing, la datele financiare sau la informațiile de contact legate de acea organizație din linia descendentă, sau la orice bonusuri, comisioane sau alte remunerații care ar fi putut rezulta din vânzări sau din alte activități ale respectivei organizații din linia descendentă dacă partenerul Brand Partner nu ar fi fost anulat.
- C. Fostul Brand Partner nu trebuie să se prezinte ca Brand Partner Amare. Un Brand Partner anulat poate primi comisioane și bonusuri numai pentru ultima perioadă de plată completă în care a fost activ înainte de anulare (mai puțin orice sume reținute în timpul unei investigații premergătoare unei anulări involuntare).

21.2 Anularea involuntară

- A. Încălcarea de către un Brand Partner a oricăruia dintre termenii Acordului, inclusiv a oricăror modificări care pot fi aduse de Amare la libera sa apreciere, poate duce la oricare dintre sancțiunile enumerate în Secțiunea XX, inclusiv anularea involuntară a Acordului său de Brand Partner Independent. Anularea intră în vigoare la data la care mesajul sau notificarea este trimisă la adresa de e-mail sau la adresa fizică a partenerului Brand Partner, așa cum apare în formularul său de cerere, la data la care notificarea scrisă este trimisă prin poștă, cu confirmare de primire, la ultima adresă cunoscută a partenerului Brand Partner, sau la data la care Brand Partner primește notificarea efectivă a anulării, oricare dintre aceste date survine prima.
- B. În plus, Amare poate anula contul unui Brand Partner dacă nu există achiziții de produse pentru o perioadă de douăsprezece luni.

21.3 Anularea voluntară

- A. Un Brand Partner Amare care își încetează voluntar activitatea ca Brand Partner poate solicita reînrolarea ca nou Brand Partner la șase (6) luni de la data încetării. În cazul în care respectivul Brand Partner se reînrolează la Amare, va fi înrolat ca un nou Brand Partner, și orice linie descendentă aflată anterior în subordinea sa înainte de reziliere nu va fi afectată de reînrolarea acestuia.
- B. Un partener Brand Partner Amare care a fost inactiv pentru o perioadă de douăsprezece luni poate fi anulat la discreția Amare la 60 de zile după ce îndeplinirea acestei condiții. În cazul în care partenerul Brand Partner respectiv îndeplinește cerințele pentru statutul Activ în cursul acestei perioade de 60 de zile, Acordul nu va fi anulat. Cu toate acestea, acest Brand Partner poate solicita ulterior, în orice moment, reînrolarea pentru orice rol. Linia descendentă a partenerului Brand Partner nu va fi afectată de schimbare și nu va avea legătură cu partenerul Brand Partner. În sensul acestei Politici, se consideră că este inactiv orice Brand Partner care nu a efectuat nicio achiziție timp de douăsprezece luni consecutive.
- C. Această Politică nu se va aplica niciunui Brand Partner Amare al cărui Acord de Brand Partner Independent a fost reziliat de către societate pentru un motiv justificat. Orice astfel de Brand Partner trebuie să aibă aprobarea Directorului Executiv al Amare înainte de a fi reînscris în societate.
- D. În orice caz, un astfel de fost Brand Partner trebuie să aștepte cel puțin 12 luni de la data încetării înainte de a depune o nouă cerere.

21.4 Reclasificare

- A. În cazul în care, la momentul anulării Acordului de Brand Partner al unui partener Brand Partner, acesta este înscris, în plus, în programul Subscribe & Save al Amare Global, acordul Subscribe & Save al partenerului Brand Partner va rămâne în vigoare, cu excepția cazului în care acesta solicită în mod expres anularea acordului său Subscribe & Save. În cazul în care fostul Brand Partner nu solicită anularea acordului său Subscribe & Save, fostul Brand Partner va fi reclasificat drept Client.

21.5 Regruparea ierarhică a organizației

- A. Atunci când apare un post vacant într-o Organizație din cauza rezilierii sau anulării unui Brand Partner, fiecare Brand Partner de la primul nivel imediat inferior partenerului Brand Partner anulat va fi mutat la primul nivel („Prima linie”) al Sponsorului partenerului Brand Partner reziliat. Această regrupare ierarhică va avea loc la un an de la data rezilierii. De exemplu, dacă A îl sponsorizează pe B, iar B îi sponsorizează pe C1, C2 și C3, în cazul în care Dreptul de distribuție al lui B este anulat sau reziliat, C1, C2 și C3 vor fi transferați ascendent la A și vor face parte din primul nivel al lui A la un an după anularea sau rezilierea lui B. Pe parcursul perioadei de un an care precedă regruparea ierarhică, poziția partenerului Brand Partner anulat sau reziliat va fi suspendată. Amare Global își rezervă dreptul de a nu regrupa ierarhic organizația unui Brand Partner reziliat sau anulat transferând-o către următorul sponsor activ din linia ascendentă, la discreția sa.

22 SUCCESORI ȘI CESIONARI

- A. Acordul este obligatoriu și se aplică în beneficiul părților și al succesorilor și cesionarilor lor respectivi.

23 DREPTUL LA MODIFICARE

- A. Amare își rezervă dreptul de a modifica Planul de compensare Amare Global, Acordul Brand Partner Independent și aceste Politici și proceduri în orice moment și din orice motiv, la discreția sa exclusivă și absolută.
- B. Societatea își poate modifica alte documente și prețurile produselor la discreția sa, fie prin notificarea specifică a partenerului Brand Partner, fie, în general, prin intermediul documentelor oficiale ale Societății, cu condiția ca Societatea să notifice în scris cu cel puțin 60 de zile înainte orice modificare a obligației financiare anuale a partenerului Brand Partner independent. După o astfel de notificare, plasarea de către partenerul Brand Partner independent a unei comenzi de produse sau sponsorizarea unui nou Brand Partner Independent va constitui acceptarea modificărilor notificate ale Acordului.

24 DREPTUL DE ANULARE AL AMARE

- A. Amare Global își rezervă dreptul de a rezilia toate Acordurile de Brand Partner cu o notificare scrisă de treizeci (30) de zile în cazul în care decide: (1) încetarea operațiunilor comerciale; (2) dizolvarea ca entitate corporativă; sau (3) încetarea distribuției produselor sale prin vânzare directă.

25 DIVERSE

25.1 Întârzieri

- A. Amare Global nu va fi responsabilă pentru nicio întârziere sau inadecvare în îndeplinirea obligațiilor sale atunci când aceasta devine imposibil de realizat din punct de vedere comercial

din cauza unor circumstanțe independente de voința sa. O astfel de impracticabilitate se referă la decizii oficiale, acțiuni, tranzacții, greve, lock-out-uri, evenimente de forță majoră, cum ar fi război, tulburări civile, rebeliune, revolte, deces, restricții de stoc, punerea în aplicare a stării de urgență, practici guvernamentale, decrete prezidențiale, interdicții de circulație și/ sau de călătorie, sabotaj și acte teroriste, cutremur, furtună, inundație, incendiu sau dezastre naturale similare, epidemie, pandemie sau orice alte evenimente de forță majoră, fără limitare, împiedicând sau întârziind în mod continuu îndeplinirea obligațiilor din aceste Politici și Proceduri și din Acord. Chiar și în astfel de cazuri, Amare Global nu este răspunzătoare. În aceste situații, partenerul Brand Partner Independent nu va modifica contractul, nu va solicita despăgubiri, nu va obiecta și nu va cere și nu va da în judecată pentru drepturi, creanțe, restituire (răscumpărare), în special ajustare, pe baza acestor circumstanțe.

25.2 Politici și prevederi separabile

- A. În cazul în care orice prevedere a Acordului, în forma sa actuală sau care poate fi modificată ulterior, este considerată invalidă sau inaplicabilă din orice motiv de către o instanță competentă, numai partea (părțile) invalidă(e) a(le) dispoziției incriminate va (vor) fi eliminată(e), iar condițiile de utilizare rămase vor rămâne pe deplin în vigoare și nu vor fi afectate de acestea.

25.3 Renunțarea la drepturi

- A. Amare nu renunță niciodată la dreptul său de a insista și de a impune respectarea Acordului și a legilor aplicabile care reglementează comportamentul unui Brand Partner. Nicio întârziere sau eșec din partea Amare de a-și exercita vreun drept sau putere în temeiul Acordului sau de a insista asupra respectării stricte de către un Brand Partner a oricărei obligații sau prevederi din Acord, nu va constitui o renunțare la dreptul Amare de a cere respectarea exactă a Acordului. Renunțarea de către Amare poate fi făcută numai în scris de către un reprezentant autorizat al Societății. Renunțarea de către Amare la orice încălcare anume de către un Brand Partner sau renunțarea de către Amare la orice prevedere particulară din cadrul Acordului de Brand Partner Independent sau a acestor Politici și proceduri nu va afecta sau prejudicia drepturile Amare cu privire la orice încălcare ulterioară și nici nu va afecta în niciun fel drepturile sau obligațiile oricărui alt Brand Partner. Orice întârziere sau omisiune din partea Amare în exercitarea oricărui drept care decurge dintr-o încălcare de către un Brand Partner nu va fi considerată o renunțare continuă și nici nu va afecta sau prejudicia drepturile Amare în ceea ce privește încălcarea respectivă sau orice încălcare ulterioară a acesteia.
- B. Existența oricărei revendicări sau cauze de acțiune a unui Brand Partner împotriva Amare nu va constitui o apărare împotriva aplicării de către Amare a oricăror termeni sau dispoziții ale Acordului sau ale acestor Politici și proceduri.
- C. Amare ar putea furniza traduceri ale materialelor de marketing, vânzări și politici în limbi străine. În cazul în care există diferențe în ceea ce privește formularea, sensul sau interpretarea între versiunea din limba engleză și traduceri, versiunea în limba engleză va prevala și va fi considerată drept ghid standard.
- D. Politicile și procedurile Amare sunt guvernate de legile teritoriale, provinciale sau federale relevante pentru industria noastră. Aceste legi prevalează asupra oricăror dispoziții cuprinse în acest document.

25.4 Data intrării în vigoare

Prezenta politică și procedură intră în vigoare la data de 26 septembrie 2024 și, la momentul respectiv, va înlocui automat orice Manual de politici anterior și/sau orice Politici și proceduri anterioare („vechiul Manual de politici”) și, la acea dată, vechiul Manual de politici va înceta să mai aibă forță sau efect, cu excepția celor prevăzute în documentul de față cu privire la dispozițiile de arbitraj.