

Zasady Działalności

FOREVER
LIVING



PRODUCTS
POLAND

SPIS TREŚCI

1	Wprowadzenie	3
2	Definicje	4
3	Gwarancje i zwrot produktów	7
4	Schemat premii i plan marketingowy	8
5	Status Managera i rekwalfikacje	12
6	Premia Lidera	13
7	Dodatkowe Programy Promocyjne	14
8	Nagrody od Managera wzwyz	15
9	Premia Gem Bonus	18
10	Program Motywacyjny	18
11	Chairman's Bonus	20
12	Global Rally FLP	22
13	Zamawianie produktów	23
14	Responsoring	24
15	Sponsoring międzynarodowy	25
16	Działania zakazane	26
17	Zasady Działalności	28
18	Wymogi prawne	31
19	Klauzule restrykcyjne	33
20	Informacje poufne oraz umowa poufności i tajności	34

1. WPROWADZENIE

1. 01 (a) Forever Living Products (FLP, Firma) to międzynarodowa grupa firm, które produkują i sprzedają na całym świecie ekskluzywne produkty dla zdrowia i urody, kierując się unikalną ideą, która zachęca i wspiera używanie oraz sprzedaż detaliczną produktów Firmy poprzez niezależnych Dystrybutorów. Wyłącznym importerem produktów FLP na rynek polski jest Forever Living Products Poland Sp. z o.o. (FLPP, FLP Poland). FLP zapewnia swoim Dystrybutorom najwyższej jakości produkty, pomoc personelu oraz Plan Marketingowy. Stowarzyszone firmy i ich produkty oferują konsumentom i Dystrybutorom szansę na poprawę jakości życia dzięki produktom FLP oraz równy dostęp do sukcesu każdemu, kto gotów jest prawidłowo realizować program. W przeciwieństwie do oferty większości przedsięwzięć biznesowych, uczestnicy programu FLP nie stają przed finansowym ryzykiem, jako że Firma nie wymaga wielkich nakładów inwestycyjnych oraz prowadzi politykę zwrotu pieniędzy.

(b) Nasza Firma nie reprezentuje stanowiska, że Dystrybutor może odnieść finansowy sukces bez własnego wkładu pracy lub polegając wyłącznie na wysiłkach innych osób. Wynagrodzenie w FLP oparte jest na osiągniętej sprzedaży produktów. Dystrybutor FLP jest niezależnym kontrahentem firmy, którego sukces lub porażka zależą od jego osobistych wysiłków.

(c) FLP ma za sobą długą historię sukcesu. Podstawowym celem Planu Marketingowego FLP jest promowanie sprzedaży i używania najwyższej jakości produktów Firmy klientom detalicznym. Głównym zadaniem Dystrybutorów jest budowa struktury sprzedaży, aby promować wśród klientów detalicznych zakup i korzystanie z tych produktów.

(d) Niezależni Dystrybutorzy, bez względu na pozycję zajmowaną w Planie Marketingowym FLP, zachęceni są do comiesięcznej sprzedaży detalicznej i prowadzenia dokumentacji owej sprzedaży.

(e) Odnoszący sukcesy Dystrybutorzy zdobywają bieżące informacje o rynku uczestnicząc w spotkaniach szkoleniowych, utrzymując swoją grupę klientów detalicznych i sponsorując innych, by prowadzili sprzedaż detaliczną.

(f) Dystrybutorzy, którzy mają pytania lub potrzebują wyjaśnień, powinni skontaktować się ze swoim sponsorem lub nadspensarami bądź z Biurem Głównym FLP Poland, tel. 22/456 43 56÷59.

1. 02 (a) Zasady Działalności wprowadzono, aby ustalić normy, reguły i ograniczenia zapewniające właściwe procedury związane ze sprzedażą i marketingiem oraz by zapobiegać niewłaściwym lub niezgodnym z prawem działaniom oraz nadużyciom. Zasady Działalności są od czasu do czasu aktualizowane, modyfikowane i rozszerzane.

(b) Każdy Dystrybutor ma obowiązek zapoznać się z Zasadami Działalności.

(c) Każdy Dystrybutor podpisując Umowę Dystrybutorską zobowiązuje się do przestrzegania Zasad Działalności FLP. Sformułowania zawarte w niniejszej broszurze odnoszą się do wynikającego z Umowy zobowiązania Dystrybutora do postępowania zgodnego z Zasadami Działalności FLP. Dokonanie pierwszego zakupu w FLP jest dodatkowym potwierdzeniem zobowiązania do przestrzegania Zasad Działalności.

2. DEFINICJE

Zakupy: aktywność sprzedażowa wynikająca ze złożonych w Firmie zamówień, o wartości wyrażonej w case credits (punktach kartonowych).

Aktywny Lider Sprzedaży: Lider Sprzedaży, który w ciągu miesiąca kalendarzowego zgromadził co najmniej 4 case credits Aktywności w swoim kraju zamieszkania, z czego minimum 1 case credit pochodzi z jego zakupów osobistych. Status Aktywnego Lidera Sprzedaży określany jest comiesięcznie oraz stanowi część wymogów kwalifikacyjnych do otrzymywania Premii Grupowej i Premii Lidera, Gem Bonus, do wypłat w ramach Programu Motywacyjnego, do uzyskaniu statusu Eagle Managera, do wydatków związanych z Rally i do Chairman's Bonus.

Premia: wypłata pieniędzy z Firmy na rzecz Dystrybutora.

(a) Premia osobista (PB): wypłata na rzecz Assistant Supervisora, Supervisora, Assistant Managera lub Managera, w wysokości 5-18% wartości detalicznej zakupów osobistych. *(patrz 4.01(b)-(e))*
W Polsce Premia Osobista wypłacana jest w formie upustu przy zakupie produktów.

(b) Premia od Nowego Dystrybutora (NDB): wypłata pieniędzy na rzecz Assistant Supervisora, Supervisora, Assistant Managera lub Managera, w wysokości 5-18% wartości detalicznej zakupów osobistych dokonanych przez jego bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów (lub Dystrybutorów w strukturze tych Dystrybutorów) do momentu, gdy Dystrybutorzy ci pozostają na pozycji Nowego Dystrybutora. *(patrz 4.01(b)-(e))*

(c) Premia Grupowa (VB): wypłata pieniędzy na rzecz kwalifikującego się Lidera Sprzedaży, w wysokości 3-13% wartości detalicznej zakupów osobistych tych Dystrybutorów w strukturze, którzy nie znajdują się pod Aktywnym Managerem w strukturze. *(patrz 4.01(c)-(e))*

(d) Premia Lidera (LB): wypłata pieniędzy na rzecz kwalifikującego się Managera, w wysokości 2-6% wartości detalicznej osobistych zakupów jego Managerów w strukturze oraz Dystrybutorów pod tymi Managerami. *(patrz 6.04)*

Case credit (punkt kartonowy): wartość przypisana każdemu z produktów, stanowiąca podstawę przyznawania Dystrybutorom awansów, premii, nagród i programów promocyjnych, jak to wynika z Planu Marketingowego FLP. Jeden case credit przyznawany jest za zakup od Firmy produktów FLP o wartości 654,00 PLN w cenie hurtowej netto. Wszystkie case credits naliczane są w cyklu miesięcznym.

(a) Case credits Aktywności: Osobiste case credits plus case credits od Nowych Dystrybutorów, używane co miesiąc do określania statusu Aktywnego Lidera Sprzedaży.

(b) Case credits Premii Lidera: Case credits przyznawane kwalifikującym się do Premii Lidera Aktywnym Managerom, naliczane w wysokości 40%, 20% i 10% osobistych i niemanagerskich case credits ich Aktywnych Managerów odpowiednio I, II i III Generacji.

(c) Case credits od Nowego Dystrybutora: Case credits odzwierciedlające zakupy dokonane przez bezpośrednio zasponsorowanego Dystrybutora lub jego Dystrybutorów w strukturze, do momentu gdy znajduje się on na pozycji Nowego Dystrybutora.

(d) Niemanagerskie case credits: Case credits odzwierciedlające zakupy dokonane przez Dystrybutora w strukturze, który nie znajduje się pod Managerem w strukturze.

(e) Przechodzące case credits: Case credits odzwierciedlające zakupy niemanagerskie w strukturze, które przechodzą przez Nieaktywnego Managera.

(f) Osobiste case credits: Case credits odzwierciedlające osobiste zakupy Dystrybutora.

(g) Suma case credits: Całkowita suma różnych case credits Dystrybutora.

CC (PK.): Case credit (punkt kartonowy)

Dystrybutor: dowolna osoba (lub osoby), której nazwisko znajduje się na Umowie Dystrybutora, zatwierdzonej przez Firmę, niezależnie od pozycji zajmowanej w planie marketingowym.

Krajowy/kraj: odnoszący się do kraju zamieszkania Dystrybutora.

Struktura: wszyscy Dystrybutorzy zasponsorowani pod Dystrybutorem, niezależnie od generacji.

Eagle Manager: Manager, który osiągnął status Eagle Managera. *(patrz 8.04)*

Program Motywacyjny: program promocyjny, w ramach którego kwalifikujący się Dystrybutorzy przez 36 miesięcy otrzymują dodatkowe wypłaty. *(patrz 10.01)*

Wypracowana wycieczka: nagroda w postaci podróży dla dwóch osób, przyznawana Dystrybutorowi, który spełni wymogi któregoś z programów promocyjnych w planie marketingowym. Jeżeli współmałżonek Dystrybutora nie bierze udziału w wypracowanej wycieczce, Dystrybutor może zabrać na nią gościa, pod warunkiem, że jest to Dystrybutor lub osoba uprawniona do bycia Dystrybutorem. Pojęcie wypracowanej wycieczki obejmuje: Global Rally od 1500 cc wwyż, Eagle Manager Retreat oraz wyjazdy dla Sapphire, Diamond-Sapphire, Diamond, Double-Diamond i Triple-Diamond Managerów.

Gem Manager: Manager, który wykreował co najmniej 9 Zasponsorowanych Uznanych Managerów 1. Generacji. *(8.07)*

Kraj zamieszkania: kraj, w którym Dystrybutor mieszka przez większość czasu. To w tym kraju Manager musi realizować wymogi kwalifikacyjne do Premii Grupowej i Premii Lidera we wszystkich innych krajach FLP.

Udział w puli zysków: suma case credits, wygenerowanych zgodnie z zasadami programu Chairman's Bonus, na podstawie której określa się udział Dystrybutora w puli zysków.

Manager Wstępujący: *(patrz 5.04)*

Kwalifikujący się do Premii Lidera: Uznany Manager, który uzyskał w danym miesiącu kwalifikację do otrzymania Premii Lidera. *(patrz 6.02)*

Miesiąc: miesiąc kalendarzowy (np. od 1 do 31 stycznia)

NDB: Premia od Nowego Dystrybutora

Zysk NDP: Zysk wynikający z cen Nowego Dystrybutora

Nowy Dystrybutor: Dystrybutor, który nie osiągnął jeszcze pozycji Assistant Supervisora.

Cena dla Nowego Dystrybutora (NDP): cena netto, w której produkty sprzedawane są Dystrybutorom (niezależnie od pozycji zajmowanej w planie marketingowym), którzy nie są uprawnieni do ceny hurtowej. Cena ta jest o 15% niższa od ceny detalicznej.

Zysk wynikający z cen dla Nowego Dystrybutora (NDP): różnica między ceną dla Nowego Dystrybutora a ceną hurtową, wypłacana bezpośrednio sponsorowi od zakupów osobistych Dystrybutora, który nie jest uprawniony do ceny hurtowej.

Firma operacyjna: firma administrująca, w ramach której jedno lub kilka państwa korzysta z jednej bazy danych w celu kalkulowania awansów na kolejne pozycje, wypłat premii oraz kwalifikacji do programów promocyjnych.

Kraj uczestniczący: kraj, który uzyskał kwalifikację do udziału w programie Chairman's Bonus, realizując obroty o wartości co najmniej 3000 cc w dowolnych trzech miesiącach poprzedniego roku kalendarzowego (lub 3000 cc w dowolnych dwóch miesiącach w przypadku re kwalifikacji) oraz w którym co najmniej jedna osoba kwalifikuje się do Chairman's Bonus.

PB: Premia Osobista

Zakupy osobiste: wartość detaliczna lub case credits wynikające z aktywności sprzedażowej Dystrybutora, odzwierciedlanej przez jego zakupy.

Kraj kwalifikacji: dowolny kraj uczestniczący, wykorzystywany jako kraj realizacji kwalifikacji do programu Chairman's Bonus.

Uznany Manager: (patrz 5.01)

Region: Region, w którym położony jest kraj zamieszkania Dystrybutora. Pojęcie to obejmuje Amerykę Północną, Amerykę Łacińską, Afrykę, Europę i Azję.

Dystrybutor Responsorowany: Dystrybutor, który zmienił sponsora po 2 latach braku działalności.

Klient detaliczny: osoba, która nie jest Dystrybutorem, kupująca produkty na użytek własny.

Lider Sprzedaży: Dystrybutor zajmujący pozycję od Supervisora wzwyż.

Pozycja: dowolna z pozycji osiągniętych dzięki zgromadzeniu odpowiedniej ilości case credits przez Dystrybutora i jego strukturę. Pojęcie to obejmuje Assistant Supervisora, Supervisora, Assistant Managera i Managera.

Sponsor: Dystrybutor, który osobiście podpisuje umowę z innym Dystrybutorem.

Manager Sponsorowany: (patrz 5.03)

Detail: wartość detaliczna

Wartość detaliczna: Cena detaliczna netto, po której firma zaleca sprzedawanie produktów klientom detalicznym. To na podstawie tej ceny naliczane są wszystkie premie.

Manager Transferowany: (patrz 5.04)

Nadsponsor(-rzy): Dystrybutor (-rzy) w górę linii sponsorowania Dystrybutora.

Manager Nieuznany: (patrz 5.02)

VB: Premia Grupowa

Uznanie wymogu (VB i LB): sytuacja, w której Kraj Zamieszkania potwierdza innym krajom spełnienie wymogu do otrzymania w tych krajach Premii Grupowej i Premii Lidera przez kwalifikującego się Managera.

Sklep internetowy: adres oficjalnego międzynarodowego sklepu online to:
www.foreverliving.com

Cena hurtowa: cena hurtowa netto, w której produkty sprzedawane są Dystrybutorom uprawnionym do ceny hurtowej. Cena ta jest o 30% niższa od ceny detalicznej.

Uprawnienie do ceny hurtowej: prawo do zakupu produktów w cenie hurtowej. Dystrybutor uzyskuje prawo do zakupów w cenie hurtowej, gdy dokona zakupów osobistych o łącznej wartości 2 case credits w ciągu dwóch kolejnych miesięcy.

3. GWARANCJE I ZWROT PRODUKTÓW

3.01 Poniższe okresy czasu są obowiązujące, poza sytuacjami, gdy lokalne prawo stanowi inaczej.

3.02 FLP gwarantuje swoim Dystrybutorom, że jej produkty są wolne od wad, a ich skład nie odbiega od deklarowanego. FLP udziela gwarancji na produkty, która obowiązuje w okresie 30 dni od daty zakupu i dotyczy wyłącznie produktów punktowanych. Gwarancja nie obejmuje natomiast literatury firmowej, tj. materiałów szkoleniowych, promocyjnych i reklamowych.

Klienci detaliczni:

3.03 Klient detaliczny otrzymuje gwarancję 100% satysfakcji na zakupiony produkt FLP; gwarancja ta obowiązuje w okresie 30 dni od daty zakupu. W okresie trwania gwarancji klient detaliczny ma prawo:

(a) wymienić produkt na taki sam; bądź

(b) anulować zakup, zwrócić produkt i otrzymać zwrot pieniędzy.

W każdym z w/w przypadków klient zobowiązany jest dostarczyć produkt i dowód jego zakupu do Dystrybutora, który produkt sprzedał. FLP zastrzega sobie prawo do odrzucenia powtarzających się zwrotów.

3.4 Za wypełnienie gwarancji wobec klienta detalicznego odpowiada Dystrybutor FLP, który sprzedał produkt. W przypadku sporów wynikłych na tym tle FLP ma prawo wglądu w sprawę i interwencji. Jeśli interwencja taka prowadzić będzie do uznania zasadności zastrzeżeń klienta, FLPP obciąży kosztami Dystrybutora, który dokonał sprzedaży produktu.

Refundacja i zwrot produktów przez Dystrybutora:

3.05 W ramach określonych obowiązujących okresów gwarancyjnych FLP wymieni Dystrybutorowi produkt wadliwy lub zwrócony mu przez Klienta Detalicznego w ramach gwarancji satysfakcji na taki sam produkt. Warunkiem wymiany jest przedstawienie dowodu zakupu. Dodatkowo, w przypadku wymiany produktu zwróconego przez Klienta Detalicznego, wymagany jest dowód sprzedaży klientowi oraz pisemne potwierdzenie zwrotu pieniędzy podpisane przez klienta. Wymagane jest również dostarczenie produktu lub opakowania po produkcie. Procedury wymiany musi dokonać Dystrybutor, który dany produkt kupił od FLP. Powtarzające się zwroty od tych samych osób będą odrzucane.

3.06 (a) FLP Poland odkupi od Dystrybutora rezygnującego z działalności wszystkie niesprzedane, nadające się do odsprzedaży produkty FLP, poza literaturą, które zostały przez niego zakupione w okresie 12 miesięcy poprzedzających rezygnację. Odkupienie produktów następuje po tym, jak FLP Poland otrzyma od Dystrybutora pisemne potwierdzenie chęci rezygnacji z działalności, co jednocześnie oznacza utratę wszelkich praw i przywilejów wynikających z Umowy Dystrybutorskiej. Dystrybutor rezygnujący z działalności zobowiązany jest dostarczyć do Biura Głównego FLP Poland wszystkie produkty, które FLP Poland ma mu refundować, wraz z dowodem zakupu (faktura). Po weryfikacji danych Dystrybutorowi zostanie wypłacona kwota stanowiąca równowartość produktów, pomniejszona o wartość premii osobistych naliczonych z tytułu zakupu tych produktów oraz o koszty manipulacyjne w wysokości 10%.

(b) Jeżeli produkty zwracane przez rezygnującego z działalności Dystrybutora zostały zakupione po cenach dla Nowych Dystrybutorów (NDP), zysk NDP zostanie odliczony bezpośrednio sponsorowi i jeżeli zwracane produkty mają wartość powyżej 1 cc, premie oraz case credits przypisane z tytułu zakupu tych produktów sponsorom i nadsponsorom Dystrybutora zostaną odliczone. Jeżeli case credits wykorzystane były do awansu Dystrybutora lub jego sponsorów,

awanse te mogą zostać ponownie przeliczone z wyłączeniem tych case credits w celu sprawdzenia, czy awans zachowuje swoją ważność.

(c) Jeżeli dystrybutor zwraca Touch of Forever lub inny zestaw, w którym brak części produktów, refundacja oraz potrącenia od sponsorów zostaną naliczone jak w przypadku zwrotu kompletnego zestawu, a następnie pomniejszone o wartość hurtową lub NDP brakujących składników.

(d) Po ewentualnym odzyskaniu kosztów lub uzyskaniu rekompensaty za szkodliwe działania Dystrybutora, z którym rozwiązano umowę, FLP usunie tego Dystrybutora z Planu Marketingowego, a zbudowana przez niego struktura dystrybutorska zostanie podporządkowana jego bezpośrednio sponsorowi.

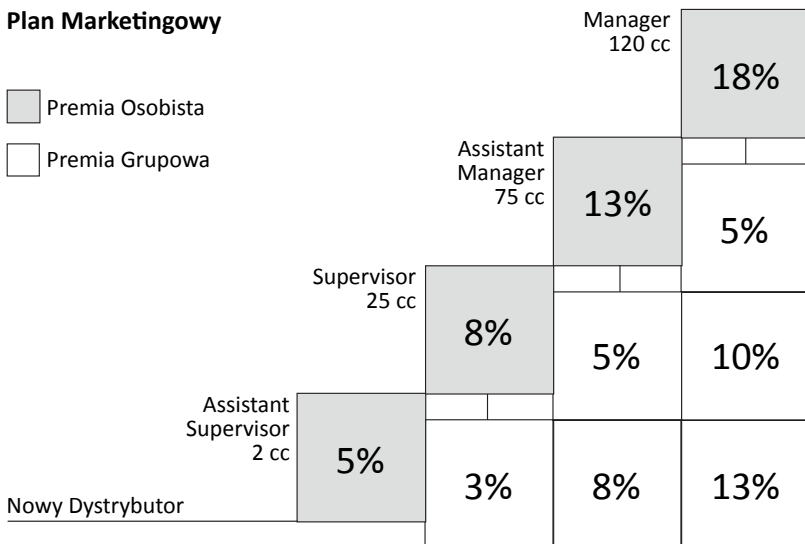
3.07 Obowiązująca zasada przyjmowania zwrotów wyłącznie od rezygnujących Dystrybutorów ma na celu nałożenie na Sponsora i Firmę zobowiązania do upewnienia się, że sponsorowany Dystrybutor rozsądnie dokonuje zakupów. Sponsor powinien dołożyć wszelkich starań, aby przekazać zalecane wytyczne Dystrybutorom po to, by dokonywali oni zakupów w ilościach nie przekraczających bieżących potrzeb ich samych oraz ich klientów. Produkty, które zostały wcześniej zadeklarowane jako sprzedane lub zużyte, nie podlegają zwrotowi do FLP.

4. SCHEMAT PREMII / PLAN MARKETINGOWY

4.01 Plan Marketingowy Forever Living Products wygląda następująco:

Plan Marketingowy

- Premia Osobista
- Premia Grupowa



(a) Nowy Dystrybutor. Firma wypłaca:

- Zysk NDP od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów, którzy nie są uprawnieni do ceny hurtowej.

(b) Assistant Supervisor. Pozycję tę osiąga się generując w kraju sumę 2 case credits (osobistych i niemanagerskich), w ciągu dwóch kolejnych miesięcy. Firma wypłaca:

- Zysk NDP od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów, którzy nie są uprawnieni do ceny hurtowej.
- 5% Premii od Nowych Dystrybutorów od wartości zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów i ich struktur.
- 5% Premii Osobistej od wartości zakupów osobistych.

(c) Supervisor. Pozycję tę osiąga się generując w kraju sumę 25 case credits (osobistych i niemanagerskich), w ciągu dwóch kolejnych miesięcy. Firma wypłaca:

- Zysk NDP od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów, którzy nie są uprawnieni do ceny hurtowej.
- 8% Premii od Nowych Dystrybutorów od wartości zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów i ich struktur.
- 8% Premii Osobistej od wartości zakupów osobistych.
- 3% Premii Grupowej od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Supervisorów i ich struktur.

(d) Assistant Manager. Pozycję tę osiąga się generując w kraju sumę 75 case credits (osobistych i niemanagerskich), w ciągu dwóch kolejnych miesięcy. Firma wypłaca:

- Zysk NDP od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów, którzy nie są uprawnieni do ceny hurtowej.
- 13% Premii od Nowych Dystrybutorów od wartości zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów i ich struktur.
- 13% Premii Osobistej od wartości zakupów osobistych.
- 5% Premii Grupowej od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Supervisorów i ich struktur.
- 8% Premii Grupowej od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Supervisorów i ich struktur.

(e) Manager. Pozycję tę osiąga się generując w kraju sumę 120 case credits (osobistych i niemanagerskich), w ciągu dwóch kolejnych miesięcy. Firma wypłaca:

- Zysk NDP od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów, którzy nie są uprawnieni do ceny hurtowej.
- 18% Premii od Nowych Dystrybutorów od wartości zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Dystrybutorów i ich struktur.
- 18% Premii Osobistej od wartości zakupów osobistych.
- 5% Premii Grupowej od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Managerów i ich struktur.
- 10% Premii Grupowej od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Supervisorów i ich struktur.
- 13% Premii Grupowej od zakupów osobistych bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Supervisorów i ich struktur.

(f) Do zgromadzenia case credits potrzebnych do osiągnięcia pozycji Assistant Supervisora, Supervisora, Assistant Managera lub Managera można wykorzystać dowolny jeden lub dwa kolejne miesiące. Awans następuje dokładnie tego dnia, gdy osiągnięta została wymagana dla danego stanowiska ilość case credits.

(g) W celu uzyskania awansu nie można łączyć case credits osiągniętych w jednym kraju z case credits uzyskanymi w innych krajach. Wyjątek stanowi sytuacja, gdy różne kraje działają w ramach jednej firmy operacyjnej.

(h) Krajowe osobiste case credits Nowego Dystrybutora będą uznane jako case credits od Nowego Dystrybutora dla wszystkich jego sponsorów w górę linii sponsorowania aż do pierwszego nadspansora, który osiągnął pozycję co najmniej Assistant Supervisora włącznie.

(i) Sponsor otrzymuje pełne case credits generowane przez każdego bezpośrednio zasponsorowanego Dystrybutora i jego strukturę dopóki Dystrybutor ten nie osiągnie pozycji Managera. Następnie, jeżeli sponsor uzyska kwalifikację do Premii Lidera, otrzyma case credits Premii Lidera, których wartość wynosi 40% osobistych i niemanagerskich case credits pierwszego kwalifikującego się Managera w dół danej linii sponsorowania, 20% osobistych i niemanagerskich case credits drugiego kwalifikującego się Managera w dół danej linii sponsorowania i 10% osobistych i niemanagerskich case credits trzeciego kwalifikującego się Managera w dół danej linii sponsorowania.

(j) Dystrybutor nie może wyprzedzić sponsora w osiągnięciu poszczególnych pozycji.

(k) Dystrybutor nie traci raz osiągniętej pozycji. Wyjątek stanowi rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej lub responsorowanie.

4.02 Polityka 6 miesięcy dotycząca Nowych Dystrybutorów

(a) Dystrybutor zasponsorowany przez pełne sześć miesięcy kalendarzowych, który w tym czasie nie osiągnął pozycji Assistant Supervisora, będzie miał prawo wybrać nowego sponsora.

(b) Wybierając nowego sponsora, Dystrybutorzy tracą dotychczasową strukturę oraz zgromadzone case credits. Jednocześnie będą oni traktowani jako nowo zasponsorowani Dystrybutorzy na potrzeby odnośnych programów promocyjnych.

4.03 Wymóg Aktywności

(a) Aby zakwalifikować się do otrzymywania wszystkich premii i programów motywacyjnych, poza Premią Osobistą, Premią od Nowych Dystrybutorów i Zyskiem NDP, Liderzy Sprzedaży muszą spełniać wymóg Aktywności, a także wszelkie inne wymogi Planu Marketingowego w miesiącu, za który naliczane są premie.

(b) Aby spełnić w danym miesiącu wymóg Aktywności, Lider Sprzedaży musi uzyskać w sumie 4 krajowe case credits Aktywności w miesiącu, z czego co najmniej jeden musi być osobistym case credit.

(c) Liderowi Sprzedaży, który nie spełnił wymogu Aktywności nie zostanie wypłacona Premia Grupowa za dany miesiąc, nie uzyska również statusu Aktywnego Lidera Sprzedaży. Ewentualna niewypłacona Premia Grupowa zostanie wypłacona następnemu Aktywnemu Liderowi Sprzedaży w górę linii sponsorowania. Z kolei jego premia zostanie wypłacona następnemu Aktywnemu Liderowi Sprzedaży w górę linii sponsorowania i tak dalej.

(d) Lider Sprzedaży, który utracił Premię Grupową może uzyskać re kwalifikację na Aktywnego Lidera Sprzedaży w następnym miesiącu (nie działa ona wstecz).

4.04 Naliczanie i wypłata premii

(a) Wszystkie premie naliczane są na podstawie wartości detalicznej netto zakupionych produktów, jak to widnieje na wydruku premii.

(b) Premie naliczane i wypłacane są zgodnie z aktualnie zajmowaną przez Dystrybutora pozycją w Planie Marketingowym. Przykład: Assistant Supervisor, który zgromadził w sumie 30 case credits w ciągu dwóch kolejnych miesięcy, otrzyma 5% wartości zakupów osobistych z pierwszych 25 case credits oraz 8% wartości zakupów osobistych z pozostałych 5 case credits.

(c) Lider Sprzedaży nie otrzymuje Premii Grupowej od tych Dystrybutorów ze swojej struktury, którzy aktualnie zajmują taką samą jak on pozycję w Planie Marketingowym. Natomiast zaliczane mu są pełne case credits od tych Dystrybutorów i mogą one stanowić podstawę do awansu w Planie Marketingowym oraz kwalifikacji do innych programów promocyjnych.

(d) Premie dystrybutorskie naliczane są przez Biuro Główne FLP Poland po zakończeniu miesiąca. Wydruki z naliczeniem premii oraz faktura/rachunek rozsyłane są do Dystrybutorów listownie 15. dnia miesiąca następującego po miesiącu, którego rozliczenie dotyczy (wydruk za stycznia będzie przesłany 15 lutego). Jeśli 15. wypadnie w sobotę, wydruk premii zostanie przesłany w piątek (14-go), natomiast jeśli 15. wypadnie w niedzielę, wydruk premii zostanie wysłany w poniedziałek (16-go).

(e) W Polsce premia wypłacana jest na podstawie rachunków lub faktur z tytułu świadczenia usługi marketingowej. Aby zrealizować wypłatę Dystrybutor, jako sprzedawca usługi marketingowej, podpisuje rachunek/fakturę i dostarcza do FLP Poland oryginał dokumentu, kopię zaś zachowuje do własnej ewidencji księgowej.

Wypłata premii może być zrealizowana:

- gotówką w kasach FLP Poland – w PLN, w kwocie nie przekraczającej równowartości 1000 euro, obliczonej na dany rok według średniego kursu wymiany ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski ostatniego dnia roboczego poprzedniego roku kalendarzowego (np. kurs z dnia 30.12.2011 r. obowiązuje przez cały 2012 rok).
- przelewem na konto bankowe Dystrybutora – wyłącznie po otrzymaniu przez Biuro Główne FLP Poland podpisanego oryginału rachunku/faktury, z podanym numerem konta i nazwą banku.

Dystrybutor może odebrać swoją premię w ciągu dwóch lat od daty jej naliczenia. Po tym terminie zobowiązanie FLP Poland wobec Dystrybutora ulega przedawnieniu.

Dystrybutor ma obowiązek powiadomić Biuro Główne o zmianie banku oraz numeru konta przed zakończeniem miesiąca kalendarzowego. W przypadku niedopełnienia tego wymogu FLP Poland nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia dokonania przelewu dla Dystrybutora.

5. STATUS MANAGERA I REKWALIFIKACJE

5.01 Manager Uznany:

(a) Dystrybutor uzyska kwalifikację na Managera Uzanego i otrzyma złotą odznakę managerską, gdy

(1) zgromadzi ze swoją strukturą 120 osobistych i niemanagerskich case credits w ciągu dwóch kolejnych miesięcy oraz

(2) będzie Aktywnym Dystrybutorem w tym samym okresie, oraz

(3) żaden inny Dystrybutor w jego strukturze nie zrealizował awansu w tych samych miesiącach.

(b) Jeżeli inny Dystrybutor w strukturze uzyskał kwalifikację na Uzanego Managera, w dowolnym kraju, w tym samym okresie, Dystrybutor zostanie Managerem Uznanym jeżeli

(1) będzie Aktywnym Liderem Sprzedaży w tym samym okresie oraz

(2) zgromadzi co najmniej 25 krajowych osobistych i niemanagerskich case credits w ostatnim miesiącu kwalifikacji, pochodzących od Dystrybutorów w liniach innych niż linia Dystrybutora awansującego w tym samym miesiącu na stanowisko Managera.

5.02 Manager Nieuznany:

(a) Kiedy Dystrybutor i jego struktura wygenerują 120 osobistych i niemanagerskich case credits w ciągu dowolnych dwóch kolejnych miesięcy, a ten Dystrybutor nie spełni wymogów koniecznych do uzyskania statusu Managera Uzanego, zostaje Managerem Nieuznanym.

(b) Manager Nieuznany może uzyskać kwalifikację do Premii Osobistej, Premii od Nowych Dystrybutorów i Premii Grupowej, ale nie może uzyskać kwalifikacji do Premii Lidera ani do innych programów promocyjnych dla Managerów.

(c) Manager Nieuznany może uzyskać rekwalfikację na Uzanego Managera, kiedy spełni następujące wymogi:

(1) zgromadzi sumę 120 osobistych i niemanagerskich case credits w ciągu dwóch kolejnych miesięcy oraz

(2) będzie Aktywnym Liderem Sprzedaży w tym samym okresie.

(d) Od dnia, w którym Nieuznany Manager wygenerował 120 osobistych i niemanagerskich case credits staje się on Managerem Uznanym i zaczyna być mu naliczana Premia Lidera oraz case credits Premii Lidera od zakupów, pod warunkiem, że kwalifikuje się do Premii Lidera.

(e) Jeżeli kwalifikacja następuje w miesiącu następującym bezpośrednio po awansie na Managera Nieuznanego, case credits z ostatniego miesiąca awansu, niezwiązane z awansem Managera w strukturze, mogą zostać wykorzystane do kwalifikacji na Managera Uzanego.

5.03 Manager Sponsorowany

(a) Manager staje się Managerem Sponsorowanym dla swojego bezpośredniego sponsora, gdy

(1) uzyska kwalifikację na Uzanego Managera lub

(2) uzyska kwalifikację na Managera Sponsorowanego, zmieniając status z Managera Wstępującego lub Transferowanego.

(b) Manager Sponsorowany może być zaliczany dla kwalifikacji swoich sponsorów do Gem Bonus, statusu Gem Managera i do innych programów promocyjnych, w których wymogiem jest posiadanie Managera Sponsorowanego.

5.04 Manager Wstępujący i Transferowany:

(a) W przypadku rozwiązania umowy z Managerem cała jego struktura dystrybutorska przejmowana jest przez jego sponsora a układ generacji w tej strukturze pozostaje niezmieniony.

(b) Jeśli wykluczony Manager był Sponsorowanym Uznany Managerem i także posiadał w swojej strukturze Uznanych Managerów I generacji, uzyskują oni wobec nowego sponsora status Managerów Wstępujących. Jednakże jeden z tych Managerów może zostać wybrany jako Manager Sponsorowany, aby zastąpić wykluczonego Managera I Generacji.

(c) Status Managera Wstępującego nie wpływa na Premię Grupową ani Premię Lidera wypłacaną któremukolwiek z Managerów lub jego sponsorom. Aktywność Managera Wstępującego nie jest zaliczana na rzecz sponsora do kwalifikacji do Gem Bonus, do obniżenia wymogów punktowych w Programie Motywacyjnych ani do uzyskania statusu Gem Managera.

(d) Manager, który sponsorował się międzynarodowo do kraju innego niż pierwotny kraj sponsorowania zostaje Managerem Transferowanym. Aktywność Managera Transferowanego nie jest zaliczana na rzecz sponsora do kwalifikacji do Gem Bonus, do obniżenia wymogów punktowych w Programie Motywacyjnych ani do uzyskania statusu Gem Managera.

(e) Transferowany lub Wstępujący Manager może uzyskać kwalifikację na Managera Sponsorowanego spełniając następujące wymogi:

(1) zgromadzi sumę 120 osobistych i niemanagerskich case credits w ciągu dowolnych dwóch kolejnych miesięcy oraz

(2) będzie Aktywnym Liderem Sprzedaży w tym samym okresie.

(3) jeżeli re kwalifikacja następuje za granicą, będzie Aktywnym Liderem Sprzedaży w swoim kraju zamieszkania lub wygeneruje 4 osobiste case credits w kraju, w którym realizuje kwalifikację na Managera Sponsorowanego.

6. PREMIA LIDERA

6.01 Kiedy Dystrybutor zostanie Uznany Managerem może uzyskać kwalifikację do Premii Lidera, kreując i wspierając Managerów w strukturze, a jednocześnie sponsorując i szkoląc Dystrybutorów w strukturze niemanagerskiej.

6.02 (a) Uznany Manager musi mieć status kwalifikującego się do Premii Lidera w każdym miesiącu, aby odebrać Premię Lidera z tytułu działalności w danym miesiącu.

(b) Uznany Manager może uzyskać kwalifikację do Premii Lidera spełniając następujące wymogi:

(1) bycie Aktywnym oraz zgromadzenie w kraju 12 osobistych i niemanagerskich case credits w danym miesiącu

(2) bycie Aktywnym oraz zgromadzenie w kraju 8 osobistych i niemanagerskich case credits w danym miesiącu, oraz posiadanie dwóch Aktywnych Uznanych Managerów, (każdy w osobnej linii), z których każdy osiągnął w kraju sumę co najmniej 25 case credits w poprzednim miesiącu (jak to uwidoczono na wydruku premii każdego Managera w strukturze za poprzedni miesiąc).

(3) bycie Aktywnym oraz zgromadzenie w kraju 4 osobistych i pochodzących od Nowych Dystrybutorów cc w danym miesiącu, oraz posiadanie trzech Aktywnych Uznanych Managerów, (każdy w osobnej linii), z których każdy osiągnął w kraju sumę co najmniej 25 case credits w poprzednim miesiącu (jak to uwidoczono na wydruku premii każdego Managera w strukturze za poprzedni miesiąc).

6.03 Aktywny Uznany Manager, który zgromadził sumę co najmniej 25 krajowych case credits, w następnym miesiącu będzie zaliczany do obniżenia wymogów kwalifikacyjnych w ramach Premii Lidera z 12 do 8 lub z 8 do 4 case credits dla wszystkich Managerów w górę linii sponsorowania.

6.04 Premia Lidera będzie wypłacana, na podstawie wartości detalicznej zakupów osobistych i niemanagerskich w miesiącu kwalifikacji, Managerom w górę linii sponsorowania kwalifikującym się do Premii Lidera według następujących stawek:

(a) 6% jest wypłacane pierwszemu kwalifikującemu się do Premii Lidera Managerowi w górę linii sponsorowania

(b) 3% jest wypłacane drugiemu kwalifikującemu się do Premii Lidera Managerowi w górę linii sponsorowania

(c) 2% jest wypłacane trzeciemu kwalifikującemu się do Premii Lidera Managerowi w górę linii sponsorowania

6.05 (a) Jeśli Uznany Manager nie był Aktywny przez trzy kolejne miesiące, traci prawo kwalifikacji do Premii Lidera.

(b) Uznany Manager, który utracił prawo kwalifikacji do Premii Lidera może je odzyskać spełniając następujące wymogi:

(1) generując sumę 12 krajowych osobistych i niemanagerskich case credits w każdym miesiącu w okresie trzech kolejnych miesięcy

(2) będąc Aktywnym w każdym miesiącu w tym samym okresie czasu.

(c) Po odzyskaniu prawa do kwalifikacji, Premia Lidera zacznie być kumulowana każdego następnego miesiąca, w którym Manager kwalifikuje się do Premii Lidera, poczynając od czwartego miesiąca i zostanie wypłacona w piątym miesiącu, razem z innymi premiami.

7. DODATKOWE PROGRAMY PROMOCYJNE

7.01 Wszystkie firmowe programy promocyjne tworzone są, by promować prawidłowe normy budowania biznesu, które obejmują właściwe sponsorowanie i sprzedaż produktów w używalnych, rozsądnych ilościach. Punktów i nagród promocyjnych nie można przekazać innej osobie i będą one przyznawane wyłącznie Dystrybutorom, którzy uzyskali kwalifikację budując biznes w zgodzie z literą i duchem Planu Marketingowego oraz Zasad Działalności FLP.

7.02 Odznaki będą przyznawane wyłącznie Dystrybutorom, których dane widnieją na Umowie Dystrybutorskiej w bazie Biura Głównego.

7.03 (a) W przypadku, gdy współmałżonek Dystrybutora nie uczestniczy w wypracowanej wycieczce, Dystrybutor może zaprosić gościa, pod warunkiem, że gość ten jest Dystrybutorem lub jest uprawniony do bycia Dystrybutorem.

(b) Pojęcie wypracowanej wycieczki obejmuje wyłącznie: Global Rally od 1500 cc wzwyż, Eagle Manager Retreat, wyjazdy dla Sapphire, Diamond-Sapphire, Double-Diamond i Triple-Diamond Managerów.

8. NAGRODY OD MANAGERA WZWYŻ

8.01 Aby uzyskać tytuł od Senior do Diamond Centurion Managera, Manager może zaliczyć swoich Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji ze wszystkich krajów. Jednak każdy z tych Managerów I generacji może być liczony tylko raz.

8.02 Wszystkie odznaki od Managera wzwwyż wręczane są wyłącznie podczas organizowanego przez Firmę spotkania, prowadzonego przez oficjalnego przedstawiciela Firmy.

8.03 Uznany Manager: Kiedy Dystrybutor spełni wymogi kwalifikacyjne opisane w punkcie 5.01, uzyskuje status Managera Uznanego i otrzymuje złotą odznakę.

8.04 Status Eagle Managera

(a) Status Eagle Managera uzyskuje się rokrocznie, spełniając następujące wymogi podczas trwania okresu kwalifikacyjnego od maja do kwietnia, po uzyskaniu awansu na pozycję Uznanego Managera.

(1) Comiesięczna Aktywność i kwalifikacja do Premii Lidera.

(2) Zgromadzenie co najmniej 720 case credits, w tym co najmniej 100 niemanagerskich cc od nowych, bezpośrednio zasponsorowanych struktur.

(3) Osobiste zasponsorowanie i rozwinięcie co najmniej 2 nowych linii Supervisorów.

(4) Wspieranie lokalnych i regionalnych spotkań.

(b) Dodatkowo do powyższych wymagań, Dystrybutorzy od stanowiska Senior Managera wzwwyż, którzy chcą uzyskać status Eagle Managera, muszą kreować i utrzymywać Eagle Managerów w strukturze, jak to opisano poniżej. Każdy Eagle Manager w strukturze musi być w innej linii sponsorowania, bez względu na generację. Podstawą tego wymogu będzie pozycja managerska uzyskana na początku okresu kwalifikacyjnego.

(1) Senior Manager: 1 Eagle Manager w strukturze.

(2) Soaring Manager: 3 Eagle Managerów w strukturze.

(3) Sapphire Manager: 6 Eagle Managerów w strukturze.

(4) Diamond-Sapphire Manager: 10 Eagle Managerów w strukturze.

(5) Diamond Manager: 15 Eagle Managerów w strukturze.

(6) Double-Diamond Manager: 25 Eagle Managerów w strukturze.

(7) Triple-Diamond Manager: 35 Eagle Managerów w strukturze.

(8) Centurion-Diamond Manager: 45 Eagle Managerów w strukturze.

(c) Wszystkie wymagania muszą zostać osiągnięte w ramach jednej firmy operacyjnej, z wyjątkiem wymogu nowych niemanagerskich case credits oraz posiadania Eagle Managerów w strukturze, jak to opisano poniżej.

(d) Do następujących wymogów: nowe, bezpośrednio zasponsorowane struktury, nowi Supervisory i nowe case credits wliczani są Dystrybutorzy sponsorerowani.

(e) W celu spełnienia wymogu 100 nowych case credits, Manager może łączyć nowe niemanagerskie case credits z różnych państw.

(f) W celu osiągnięcia statusu Eagle Managera, Manager może łączyć Eagle Managerów w swojej

strukturze z różnych państw.

(g) Jeżeli Dystrybutor osiągnie pozycję Managera w trakcie okresu kwalifikacyjnego:

(1) Nowi Dystrybutorzy zasponsorowani w ostatnim miesiącu realizacji awansu będą zaliczeni na poczet spełnienia wymogów nowego sponsoringu oraz nowych case credits w ramach programu Eagle Manager obowiązującego w danym okresie kwalifikacyjnym.

(2) Wymagania potrzebne do osiągnięcia statusu Eagle Manager NIE są proporcjonalnie zmniejszone; Dystrybutor taki wciąż musi osiągnąć sumę 720 cc/100 nowych cc oraz wykreować dwóch nowych Supervisorów w ciągu pozostałej części okresu kwalifikacyjnego po osiągnięciu pozycji Managera.

(h) Po spełnieniu wszystkich wymogów potrzebnych do osiągnięcia statusu Eagle Managera, Dystrybutor (wraz ze współmałżonkiem) zostanie nagrodzony wypracowaną wycieczką na doroczny Eagle Manager Retreat, organizowany w ich regionie. Obejmuje to:

1) Przelot dla dwóch osób i zakwaterowanie na trzy noce

2) Zaproszenie na specjalne szkolenie dla Eagle Managerów

3) Udział we wszystkich wydarzeniach towarzyszących Zjazdowi Eagle Managerów.

8.04.1 Eagle Summit

(a) Udział w Eagle Summit jest wypracowywany corocznie, poprzez wygenerowanie sumy 7500 case credits w ciągu roku kalendarzowego, po uzyskaniu awansu na pozycję Managera Uzanego.

(b) Managerowie, którzy uzyskali kwalifikację Eagle Summit, zostaną zaproszeni na specjalny, globalny zjazd oraz zostaną uznani i otrzymają nagrody Eagle Summit podczas Global Rally.

(c) Aby otrzymać nagrody Eagle Summit, Managerowie muszą uczestniczyć w Global Rally.

8.05 Senior Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 2 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Senior Managera oraz złotą odznakę z 2 granatami.

8.06 Soaring Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 5 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Soaring Managera oraz złotą odznakę z 4 granatami.

8.07 Nagrody dla Gem Managerów

(a) Sapphire Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 9 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Sapphire Managera i następujące nagrody:

(1) złota odznaka z 4 szafirami

(2) bezpłatny wyjazd (4 dni, 3 noce) do ośrodka wypoczynkowego w swoim Regionie.

(b) Diamond-Sapphire Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 17 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Diamond-Sapphire Managera i otrzymuje następujące nagrody:

(1) złota odznaka z 2 brylantami i 2 szafirami

(2) specjalna statuetka

(3) bezpłatny wyjazd (5 dni, 4 noce) do luksusowego ośrodka wypoczynkowego w swoim Regionie.

(c) Diamond Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 25 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Diamond Managera i następujące nagrody:

(1) złota odznaka z 1 dużym brylantem

(2) pierścion z brylantem

(3) uznanie wymogu cc grupowych potrzebnych do Programu Motywacyjnego i Premii Grupowej, pod warunkiem, że co najmniej 25 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji jest aktywnych w danym miesiącu

(4) bezpłatny wyjazd (7 dni, 6 nocy) do luksusowego ośrodka poza swoim Regionem.

(d) Double Diamond Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 50 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Double Diamond Managera i następujące nagrody:

(1) złota odznaka z 2 dużymi brylantami

(2) bezpłatny wyjazd (10 dni, 9 nocy) do RPA

(3) ekskluzywne pióro zdobione brylantami

(e) Triple Diamond Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 75 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Triple Diamond Managera i następujące nagrody:

(1) złota odznaka z 3 dużymi brylantami

(2) bezpłatny wyjazd (14 dni, 13 nocy) dookoła świata

(3) elegancki, spersonalizowany zegarek (wybrany przez FLP)

(4) specjalna statuetka (wybrana przez FLP).

(f) Diamond Centurion Manager: Kiedy Manager wykreuje co najmniej 100 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje tytuł Diamond Centurion Managera i następujące nagrody:

(1) złota odznaka z 4 dużymi brylantami.

9. PREMIA GEM BONUS

9.01 (a) Kwalifikujący się do Premii Lidera Gem Manager, który ma w kraju kwalifikacji wymaganą liczbę Aktywnych Sponsorowanych Managerów I generacji w danym miesiącu, otrzyma premię Gem Bonus, w oparciu o wartość detaliczną krajowych zakupów osobistych i niemanagerskich zgromadzonych w tym kraju w danym miesiącu swoich Managerów I, II i III generacji, według następującego planu:

- (1) 9 Managerów = 1%
- (2) 17 Managerów = 2%
- (3) 25 Managerów = 3%

(b) Do kwalifikacji do Gem Bonus Manager może zaliczyć swojego zagranicznego Managera I generacji, pod warunkiem, że ten zagraniczny Manager uzyskał kwalifikację na Managera Sponsorowanego w kraju, w którym Manager ubiega się o Gem Bonus. Kiedy zagraniczny Manager uzyska kwalifikację na Managera Sponsorowanego, będzie zaliczany swoim sponsorom na rzecz kwalifikacji do Gem Bonus w tych miesiącach, za które uzyskał uznanie wymogu aktywności ze swojego kraju zamieszkania.

(c) Gem Bonus jest wypłacana przez każdy kraj w oparciu o wartość detaliczną krajowych zakupów osobistych i niemanagerskich Managera w tym kraju.

Aby zakwalifikować się do Gem Bonus w którymkolwiek z państw, Manager musi mieć wymaganą liczbę aktywnych Sponsorowanych Managerów I generacji w tym państwie, w miesiącu, w którym ubiega się o kwalifikację do Gem Bonus.

10. PROGRAM MOTYWACYJNY

10.01 (a) Do uczestnictwa w Programie Motywacyjnym uprawniony jest Aktywny Uznany Manager.

(b) Dostępne są trzy poziomy Programu Motywacyjnego:

- (1) Poziom I: Firma wypłacać będzie równowartość maksymalnie 400 USD miesięcznie przez okres nie dłuższy niż 36 kolejnych miesięcy
- (2) Poziom II: Firma wypłacać będzie równowartość maksymalnie 600 USD miesięcznie przez okres nie dłuższy niż 36 kolejnych miesięcy
- (3) Poziom III: Firma wypłacać będzie równowartość maksymalnie 800 USD miesięcznie przez okres nie dłuższy niż 36 kolejnych miesięcy

(c) Kwalifikacja odbywa się w ciągu 3 kolejnych miesięcy, jak pokazano w poniższej tabeli:

Miesiąc	Poziom I	Poziom II	Poziom III
	suma case credits		
pierwszy	50	75	100
drugi	100	150	200
trzeci	150	225	300

(d) Przez okres 36 miesięcy bezpośrednio po uzyskaniu kwalifikacji, Manager otrzymywać będzie co miesiąc wypłatę w maksymalnej kwocie odpowiadającej uzyskanemu w każdym z miesięcy poziomowi, pod warunkiem, że utrzyma w danym miesiącu wymóg punktowy z trzeciego miesiąca kwalifikacji.

(e) Jeżeli suma case credits Managera będzie w którymś z miesięcy niższa niż wymóg punktowy z trzeciego miesiąca kwalifikacji, wypłata z Programu Motywacyjnego będzie za ten miesiąc naliczona przez pomnożenie równowartości (w PLN) 2,66 USD przez sumę case credits Managera w tym miesiącu.

(f) Jeżeli suma case credits Managera wyniesie w którymś z miesięcy mniej niż 50, Program Motywacyjny nie zostanie za ten miesiąc wypłacony. Jeżeli w kolejnych miesiącach wartość case credits uczestnika Programu wzrośnie do co najmniej 50 cc, Program Motywacyjny zostanie wypłacony zgodnie z zasadami opisanymi powyżej.

(g) Manager, który ma w strukturze co najmniej 5 bezpośrednio zasponsorowanych Aktywnych Uznanych Managerów w trzecim miesiącu kwalifikacji lub w dowolnym miesiącu 36-miesięcznego okresu wypłat, wymóg punktowy z trzeciego miesiąca kwalifikacji będzie miał w danym miesiącu obniżony do sumy 110, 175 lub 240 case credits, odpowiednio dla poziomu I, II i III.

(h) Za każdych kolejnych 5 bezpośrednio zasponsorowanych Aktywnych Uznanych Managerów w trzecim miesiącu kwalifikacji lub w dowolnym z kolejnych miesięcy w 36-miesięcznym okresie wypłat, wymóg punktowy z trzeciego miesiąca będzie w danym miesiącu obniżony o dodatkowe 40, 50 i 60 case credits odpowiednio dla poziomu I, II i III.

(i) Case credits będą zaliczane na poczet kwalifikacji oraz w następującym po nim 36-miesięcznym okresie wypłat tylko w tych miesiącach, w których Manager był Aktywny.

(j) Case credits wygenerowane przez Aktywnego Dystrybutora przed jego awansem na Uznane-go Managera będą zaliczane na poczet kwalifikacji do Programu Motywacyjnego.

(k) Po ukończeniu trzeciego miesiąca kwalifikacji do Programu Motywacyjnego, Manager może zakwalifikować się na wyższy poziom Programu w dowolnym momencie, począwszy już od następnego miesiąca. Na przykład, jeżeli Manager uzyska kwalifikację się na poziom I w styczniu, lutym i marcu z 50, 100 i 150 cc, a następnie wygeneruje 225 cc w kwietniu, jego okres wypłat dla poziomu I zostanie zastąpiony 36-miesięcznym okresem wypłat dla poziomu II.

(l) Po zakończeniu 36-miesięcznego okresu Manager może uzyskać ponowną kwalifikację do Programu, zgodnie z takimi samymi wymogami punktowymi, przedstawionymi powyżej. Do

kwalfikacji zaliczyć można wielkości cc osiągnięte w ciągu dowolnych 3 kolejnych miesięcy w 6-miesięcznym okresie poprzedzającym zakończenie poprzedniego 36-miesięcznego uczestnictwa w Programie Motywacyjnym.

11. CHAIRMAN'S BONUS

11.01 (a) Podstawowe wymagania dla wszystkich poziomów. WSZYSTKIE poniższe wymagania muszą zostać spełnione albo w kraju zamieszkania, albo w kraju kwalifikacji. Nie można łączyć ich realizacji w różnych krajach.

(1) Być Uznany Managerem, realizującym 4 cc aktywności co miesiąc podczas trwania okresu kwalifikacyjnego; lub jeśli Dystrybutor awansuje na pozycję Uzanego Managera podczas trwania okresu kwalifikacyjnego, musi realizować wymóg aktywności w każdym następnym pełnym miesiącu.

(2) Kwalifikować się do Premii Lidera w każdym miesiącu okresu kwalifikacyjnego; lub jeśli Dystrybutor awansuje na pozycję Uzanego Managera podczas trwania okresu kwalifikacyjnego, musi kwalifikować się do Premii Lidera w każdym następnym pełnym miesiącu.

(3) Poniższe wymagania mogą zostać spełnione w dowolnym kraju uczestniczącym.

a. Mieć kwalifikację do Programu Motywacyjnego.

b. Kupować produkty po zużyciu 75% ich uprzednich zapasów, jak to jest wymagane.

c. Budować biznes FLP zgodnie z normami etycznymi MLM oraz Zasadami Działalności.

d. Brać udział w firmowych wydarzeniach i wspierać je.

(4) Ostateczną decyzję o akceptacji do Programu Chairman's Bonus podejmuje Zarząd Firmy.

(b) Chairman's Bonus Manager Poziom 1. Dodatkowo do podstawowych wymogów, następujące wymagania muszą zostać spełnione w kraju kwalifikacji (chyba że podano inaczej):

(1) Osiągnąć 700 osobistych i niemanagerskich case credits podczas trwania okresu kwalifikacyjnego po uzyskaniu awansu na pozycję Uzanego Managera...

(2) ...z których co najmniej 150 niemanagerskich case credits musi pochodzić od nowo sponsorowanych – podczas trwania okresu kwalifikacyjnego – dystrybutorów. Te 150 „nowych” case credits może być wygenerowane i łączone w dowolnym kraju. Jakikolwiek „nowe” case credits wygenerowane poza krajem kwalifikacji nie będą wliczone do udziału w puli zysków.

(3) Pozostałe osobiste i niemanagerskie case credits muszą zostać wygenerowane w kraju kwalifikacji.

(4) Wykreować jednego z następujących, w dowolnej generacji:

a. Uzanego Managera w strukturze, w kraju kwalifikacji, który zgromadzi co najmniej sumę 600 case credits podczas okresu kwalifikacyjnego po awansie na Uzanego Managera. Manager ten może być już istniejącym Managerem lub wykreowanym podczas trwania programu lub

b. Chairman's Bonus Managera w strukturze, w dowolnym kraju uczestniczącym.

(5) Punkty kartonowe Managera o obrotach 600 cc nie będą zaliczone przy naliczaniu udziału w puli zysków.

(6) Do tego wymogu będą liczone punkty kartonowe Managera o obrotach 600 cc tylko z tych

mieściący, w których spełnił on wymóg aktywności.

(7) Dystrybutorzy responsorowani liczą się do wszystkich wymogów Poziomu 1, oprócz wymogu 150 „nowych” case credits.

(c) Chairman’s Bonus Manager Poziom 2. Dodatkowo do podstawowych wymogów, następujące wymagania muszą zostać spełnione w kraju kwalifikacji (chyba że podano inaczej):

(1) Osiągnąć 600 osobistych i niemanagerskich case credits podczas trwania okresu kwalifikacyjnego po uzyskaniu awansu na pozycję Uznanego Managera...

(2) ...z których co najmniej 100 niemanagerskich case credits musi pochodzić od nowo zasponsorowanych – podczas trwania okresu kwalifikacyjnego – dystrybutorów. Te 100 „nowych” case credits może być wygenerowane i łączone w dowolnym kraju. Jakikolwiek „nowe” case credits wygenerowane poza krajem kwalifikacji nie będą wliczone do udziału w puli zysków.

(3) Pozostałe osobiste i niemanagerskie case credits muszą zostać wygenerowane w kraju kwalifikacji.

(4) Wykreować 3 Chairman’s Bonus Managerów w dowolnej generacji, każdy w innej linii sponsorowania, w dowolnym kraju uczestniczącym.

(5) Dystrybutorzy responsorowani liczą się do wszystkich wymogów Poziomu 2, oprócz wymogu 100 „nowych” case credits.

(d) Chairman’s Bonus Manager Poziom 3. Dodatkowo do podstawowych wymogów, następujące wymagania muszą zostać spełnione w kraju kwalifikacji (chyba że podano inaczej):

(1) Osiągnąć 500 osobistych i niemanagerskich case credits podczas trwania okresu kwalifikacyjnego po uzyskaniu awansu na pozycję Uznanego Managera...

(2) ...z których co najmniej 100 niemanagerskich case credits musi pochodzić od nowo zasponsorowanych – podczas trwania okresu kwalifikacyjnego – dystrybutorów. Te 100 „nowych” case credits może być wygenerowane i łączone w dowolnym kraju. Jakikolwiek „nowe” case credits wygenerowane poza krajem kwalifikacji nie będą wliczone do udziału w puli zysków.

(3) Pozostałe osobiste i niemanagerskie case credits muszą zostać wygenerowane w kraju kwalifikacji.

(4) Wykreować 6 Chairman’s Bonus Managerów w dowolnej generacji, każdy w innej linii sponsorowania, w dowolnym kraju uczestniczącym.

(5) Dystrybutorzy responsorowani liczą się do wszystkich wymogów Poziomu 3, oprócz wymogu 100 „nowych” case credits.

(e) Kalkulacja Programu Chairman’s Bonus

(1) Globalna pula premii zostanie określona i następnie przyznana następująco:

- a. Jedna druga puli zostanie wypłacona uczestnikom programu na poziomie 1.
- b. Jedna trzecia puli zostanie wypłacona uczestnikom programu na poziomie 2.
- c. Jedna szóstą puli zostanie wypłacona uczestnikom programu na poziomie 3.

(2) Dystrybutor, który uzyskał kwalifikację otrzyma udział w puli zysków za każdy z sumy case credits wygenerowanych w swoim kraju kwalifikacji (co nie obejmuje „nowych” case credits wygenerowanych poza krajem kwalifikacji) plus udział w puli zysków wygenerowany przez pierwszego Chairman’s Bonus Managera w każdej z linii sponsorowania w dowolnym z uczestniczących krajów.

(3) Każda część puli zostanie podzielona przez całkowitą sumę udziałów w puli zysków wszystkich Dystrybutorów, którzy zakwalifikowali się do danej części puli, aby określić czynnik finansowy dla tej części puli. Ten czynnik finansowy zostanie pomnożony przez udział w puli zysków każdego Dystrybutora w celu ustalenia należnej mu wypłaty.

(f) Nagroda Global Rally Chairman's Bonus

(1) Jeżeli uczestnik programu Chairman's Bonus nie uzyska nagrody Global Rally od 1.5K wzwyż, zostanie nagrodzony wycieczką na Global Rally FLP, gdzie zostanie uznany i otrzyma swój czek. Ten wyjazd dla dwóch osób obejmuje:

- a. przelot, zakwaterowanie, posiłki przez 5 dni i 4 noce.
- b. 250\$ kieszonkowego
- c. 200\$ na dodatkowe zajęcia

12. GLOBAL RALLY FLP

12.01 (a) Kumulując sumę co najmniej 1500 case credits w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia danego roku, Dystrybutor może uzyskać kwalifikację do udziału w wyjeździe dla dwójga na doroczne Global Rally FLP, obejmującym przelot, zakwaterowanie, pieniądze na wyżywienie i dodatkowe zajęcia oraz kieszonkowe. Aby skorzystać z nagród wynikających z tego programu, Dystrybutor musi wziąć udział w szkoleniach i spotkaniach motywacyjnych odbywających się podczas pierwszego Global Rally po zakończeniu okresu kwalifikacyjnego.

(b) Do zrealizowania wymogów Global Rally od 1500 cc wzwyż, Dystrybutor może sumować case credits ze wszystkich krajów, w których ma grupy. Obowiązkiem Dystrybutora jest dostarczenie do swojego Biura Krajowego dowodu potwierdzającego wypracowanie case credits w innych krajach, w terminie do 30 stycznia.

(c) Niemanagerskie case credits wygenerowane w miesiącu, w którym Dystrybutor nie był Aktywny oraz case credits Premii Lidera wygenerowane w miesiącu, w którym Manager nie kwalifikował się do Premii Lidera, nie będą wliczane do puli punktów do kwalifikacji na Global Rally; jednak case credits aktywności wypracowane przez Dystrybutora będą się liczyły niezależnie od statusu Aktywności.

(d) Dystrybutor uzyskuje kwalifikację poprzez wygenerowanie sumy case credits i otrzymuje nagrody związane z Global Rally, tak jak to przedstawiono poniżej. Każdemu kwalifikującemu się Dystrybutorowi Firma zapewni wyżywienie lub przekaże pieniądze na wyżywienie w kwocie uzależnionej od poziomu kwalifikacji.

(e) Chairman's Bonus Manager (poniżej 1.5K):

- (1)** Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 5 dni i 4 noce.
- (2)** 250\$ kieszonkowego
- (3)** 200\$ na dodatkowe zajęcia

(f) suma 1500 case credits (1.5K):

- (1)** Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 6 dni i 5 nocy.
- (2)** 500\$ kieszonkowego
- (3)** 300\$ na dodatkowe zajęcia

(g) suma 2500 case credits (2.5K):

-
- (1) Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 8 dni i 7 nocy.
(2) 1000\$ kieszonkowego
(3) 500\$ na dodatkowe zajęcia
- (h) 5000 case credits (5K):
(1) Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 9 dni i 8 nocy.
(2) 2000\$ kieszonkowego
(3) 500\$ na dodatkowe zajęcia
(4) Prawo korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
- (i) 7500 case credits (7.5K):
(1) Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 9 dni i 8 nocy.
(2) 3000\$ kieszonkowego
(3) 600\$ na dodatkowe zajęcia
(4) Prawo korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
- (j) 10 000 case credits (10K):
(1) Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 9 dni i 8 nocy.
(2) Przelot na Zjazd klasą biznesową.
(3) 3000\$ kieszonkowego
(4) 600\$ na dodatkowe zajęcia
(5) Prawo korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
- (5) 12 500 case credits (12.5K):
(1) Przelot, zakwaterowanie i posiłki przez 9 dni i 8 nocy.
(2) Przelot na Zjazd klasą biznesową.
(3) 12 500\$ kieszonkowego
(4) 600\$ na dodatkowe zajęcia
(5) Prawo korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.

13. ZAMAWIANIE PRODUKTÓW

13.01 (a) Każdy Dystrybutor (niezależnie od pozycji) zamawia produkty bezpośrednio od Firmy w cenie NDP do momentu, gdy jego osobiste zakupy nie przekroczą wartości 2 case credits w ciągu dwóch kolejnych miesięcy. Następnie zaczyna kupować produkty w cenie hurtowej.

(b) Aby zamówienie było zaakceptowane przy naliczeniu premii za dany miesiąc, musi zostać złożone w Biurze Głównym FLP Poland najpóźniej ostatniego dnia roboczego danego miesiąca, w godzinach pracy Centrum Produktów w Warszawie.

Zamówienia przyjmowane są:

- telefonicznie (0-22) 456-43-54÷55,
- faxem (0-22) 456-43-60,
- pocztą elektroniczną: flpp@flpp.com.pl

-
- przez stronę internetową: www.flpp.com.pl

(c) Warunki płatności:

- FLPP nie kredytuje zakupów,
- bezpośrednio w Centrach Produktów płatność za towar przyjmowana jest w gotówce lub kartą kredytową,

(d) Dystrybutor zobowiązany jest w momencie zakupu sprawdzić zgodność odebranych produktów z fakturą. Wszelkie zastrzeżenia należy natychmiast zgłosić do Centrum Produktów. W przypadku odbioru towaru w domu wszelkie zastrzeżenia należy natychmiast zgłosić doręczycielowi do odnotowania na liście przewozowym, a w ciągu jednego dnia roboczego poinformować o swoich zastrzeżeniach Biuro Główne FLP Poland. W przypadku gdy zamówiony towar nie został odebrany, Biuro Główne FLP Poland ma prawo dokonać odpowiedniej, zgodnej z Zasadami Działalności korekty w naliczeniu premii, a awanse uzyskane z tytułu tego zakupu nie zostaną uznane.

(e) Dystrybutor nie może bez pisemnej zgody FLP zamówić więcej niż 25 cc w ciągu jednego miesiąca.

(f) Minimalna wartość zamówienia wynosi 250 PLN.

(g) Wszystkie zamówienia i dostawy uzależnione są od ostatecznej akceptacji Biura Głównego FLP. Otrzymanie premii stanowi potwierdzenie akceptacji Biura Głównego. W przypadku powtarzających się odmów odbioru zamawianego towaru przez tego samego Dystrybutora FLP Poland zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia zamówienia składanego przez telefon, fax lub e-mailem. W tym przypadku akceptowane będzie jedynie zamówienie składane osobiście przez Dystrybutora w jednym z Centrów Produktów.

(h) Zamawiając produkt, który był już zamawiany uprzednio, Dystrybutor potwierdza wobec Firmy, że 75% uprzedniego zamówienia tego produktu zostało sprzedane, zużyte lub wykorzystane w inny sposób w ramach biznesu.

14. RESPONSORING

14.01 (a) Prawo do responsoringu, czyli zmiany pierwotnego sponsora, ma Dystrybutor, który w okresie ostatnich 24 miesięcy:

- (1)** był Dystrybutorem oraz
- (2)** nie zakupił ani nie otrzymał żadnego produktu FLP – ani od Firmy, ani z innego źródła, oraz
- (3)** nie otrzymał żadnych korzyści finansowych od Dystrybutora FLP, oraz
- (4)** nie zasponsorował żadnych osób do biznesu FLP

(b) Dystrybutor zamierzający zmienić sponsora ma obowiązek złożenia w Biurze Głównym FLPP podpisanego i potwierdzonego notarialnie oświadczenia o spełnieniu powyższych wymogów responsoringu.

(c) Responsorowany Dystrybutor wznawia działalność pod nowym sponsorem jako Nowy Dystrybutor, traci dotychczasową strukturę wypracowaną we wszystkich krajach, w których był spon-

sorowany i nie liczy się do realizacji wymogu „nowych” case credits w Programie Chairman’s Bonus. Będzie się on jednak liczył do realizacji wymogów w programie promocyjnym Eagle Manager.

15. SPONSORING MIĘDZYNARODOWY

15.01 Niniejsza polityka obejmuje cały Sponsoring Międzynarodowy po 22 maja 2002 roku.

(b) Procedury i zasady Sponsoringu Międzynarodowego są następujące:

(1) Dystrybutor musi skontaktować się z Biurem Głównym Firmy w swoim kraju zamieszkania i przekazać swoją prośbę o sponsoring międzynarodowy do wybranego kraju.

(2) Numerem Dystrybutora obowiązującym za granicą jest pierwotny numer Dystrybutora.

(3) Sponsorem Dystrybutora będzie osoba, która widnieje jako sponsor na pierwszej umowie zaakceptowanej przez FLP.

(4) Dystrybutor automatycznie rozpoczyna działalność za granicą od pozycji zajmowanej w kraju zamieszkania.

(5) Nie można łączyć case credits wygenerowanych w jednej firmie operacyjnej z tymi wygenerowanymi w innych firmach operacyjnych w celu osiągnięcia awansu na kolejną pozycję ani do kwalifikacji do premii lub Programu Motywacyjnego. Jednakże, punkty te można łączyć do kwalifikacji na Global Rally od 1500 cc wzwyż, wymogu nowych case credits w programie Chairman’s Bonus i programie Eagle Manager.

(6) Lider Sprzedaży, który nie osiągnął jeszcze pozycji Managera w swoim kraju zamieszkania, musi realizować wymóg Aktywności w każdym kraju, na który jest międzynarodowo zasponsorowany, aby otrzymywać z tego kraju premię.

(7) Kiedy Dystrybutor osiąga określoną pozycję w dowolnym kraju, jest ona uwzględniana we wszystkich innych krajach w miesiącu następnym.

(8) Jeżeli Dystrybutor, który jeszcze nie osiągnął pozycji Managera w swoim kraju zamieszkania, awansuje na pozycję Managera za granicą, to aby uzyskać status Managera Uznanego, musi być Aktywny w okresie realizacji awansu i mieć co najmniej 25 osobistych i niemanagerskich case credits w swoim kraju zamieszkania w ostatnim miesiącu awansu.

(9) Kiedy Dystrybutor zmienia kraj zamieszkania musi powiadomić o tym fakcie dotychczasowy kraj zamieszkania, w celu zmiany adresu i przydzielania nowego kraju zamieszkania.

(c) Manager, który jest Aktywny w danym miesiącu w swoim kraju zamieszkania, otrzyma uznanie wymogu Aktywności w miesiącu następnym we wszystkich krajach, na jakie jest międzynarodowo zasponsorowany, w celu kwalifikacji do Premii Grupowej w tych krajach. Na przykład, jeżeli Manager w swoim kraju zamieszkania był Aktywny w styczniu, we wszystkich krajach, na które jest międzynarodowo zasponsorowany będzie miał uznaną realizację wymogu Aktywności w lutym.

(d) Manager, który kwalifikuje się do Premii Lidera w danym miesiącu w swoim kraju zamieszkania, otrzyma uznanie wymogu kwalifikacji do Premii Lidera w miesiącu następnym we wszyst-

kich krajach, na jakie jest międzynarodowo zasponsorowany, w celu kwalifikacji do Premii Lidera w tych krajach. Na przykład, jeżeli Manager w swoim kraju zamieszkania kwalifikuje się do Premii Lidera w styczniu, we wszystkich krajach, na które jest międzynarodowo zasponsorowany będzie miał uznany wymóg kwalifikacji w lutym.

16. DZIAŁANIA ZAKAZANE

16.01 Decyzja Firmy o rozwiązaniu umowy dystrybutorskiej, o nieuznaniu, przesunięciu lub korekcie premii, case credits lub nagród z programów promocyjnych, wynikająca z zaangażowania Dystrybutora w działania lub zaniedbania naruszające Zasady Działalności, jest ostateczna. Celowe zaniedbanie lub lekceważenie Zasad Działalności przez Dystrybutora nie będzie dopuszczalne, a środki zaradcze mogą obejmować rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej oraz działania prawne w celu uzyskania rekompensaty.

16.02 Niedozwolone działania, które mogą stanowić podstawę rozwiązania umowy dystrybutorskiej oraz podjęcie działań prawnych zmierzających od uzyskania rekompensaty, obejmują, między innymi, co następuje:

(a) Nieuczciwe sponsorowanie. Zakazane jest sponsorowanie osób bez ich wiedzy i bez podpisania przez nie Umowy Niezależnego Dystrybutora; nieuczciwe sponsorowanie osoby jako Dystrybutora; sponsorowanie lub próby sponsorowania nieistniejących osób („fantomów”) jako Dystrybutorów lub Klientów, w celu uzyskania kwalifikacji do prowizji lub premii.

(b) Wykupywanie premii. Zakazane jest zamawianie produktów w ilościach przekraczających bieżące potrzeby związane ze sprzedażą, a kolejne ilości produktów można kupować dopiero po wyprzedaniu, zużyciu lub innym wykorzystaniu 75% dotychczasowych zapasów danego produktu. Zakazane jest kupowanie lub namawianie innych Dystrybutorów do kupowania produktów wyłącznie w celu uzyskania kwalifikacji do premii, a także wszelkie inne działania, poprzez które dokonywane są strategiczne zakupy w celu zwiększenia prowizji lub premii, podczas gdy Dystrybutor nie ma uczciwych intencji wykorzystania zakupionych produktów. W celu zapewnienia, że nie następuje nadmierne gromadzenie produktów:

(1) Każdy Dystrybutor zamawiając po raz kolejny produkt potwierdza i zaświadcza tym samym wobec Firmy, że 75% poprzedniego zamówienia tego produktu zostało sprzedane, zużyte lub wykorzystane w inny sposób. Dystrybutorzy zobowiązani są do prowadzenia dokładnej dokumentacji comiesięcznej sprzedaży, która to dokumentacja, po odpowiednim uprzedzeniu, może podlegać kontroli Firmy i która obejmuje zapasy produktów w posiadaniu Dystrybutora na początku oraz na końcu danego miesiąca.

(2) Firma jest liberalna w stosowaniu zasady odkupywania produktów w sytuacji rozwiązania umowy dystrybutorskiej, jednak FLP nie odkupi produktów ani nie zwróci kosztów związanych z produktami, które zostały zadeklarowane jako zużyte lub sprzedane. Fałszywe przedstawienie ilości zużytych lub sprzedanych produktów w celu uzyskania awansów w planie marketingowym będzie podstawą rozwiązania umowy.

(3) Aby zniechęcić Dystrybutorów do zachęcania innych Dystrybutorów do obchodzenia zasady zakazu nadmiernego gromadzenia zapasów produktowych, Firma potrąci sponsorom i nadsponsorom wykluczonego Dystrybutora premie wypłacone na podstawie wartości zwracanych przez tego Dystrybutora produktów.

(c) Kupowanie przez pełnomocnika. Zakazane jest kupowanie produktów w imieniu innej osoby.

(d) Sprzedaż innym Dystrybutorom. Dodatkowo do prowadzonej przez siebie sprzedaży detalicznej, Dystrybutorzy nie mogą sprzedawać produktów żadnym innym Dystrybutorom, poza swoimi bezpośrednio zasponsorowanymi Dystrybutorami, jednak wyłącznie w cenie nie niższej niż hurtowa. Jakakolwiek inna sprzedaż innym Dystrybutorom, czy to bezpośrednio, czy pośrednio, jest transakcją zakazaną zarówno dla Dystrybutora sprzedającego, jak i kupującego. Ekwivalent w postaci case credits wynikający z takiej niedozwolonej sprzedaży nie zostanie zaliczony na poczet realizacji wymogu Aktywności ani wymagań kwalifikacyjnych do jakichkolwiek innych programów w planie Marketingowym. W przypadku takiej działalności dokonane zostaną stosowne korekty.

(e) Niedozwolone jest angażowanie się w działania zakazane we wszystkich punktach 17.10, 19.02 i 20 jak to dalej opisano.

(f) Zakazane jest pojawianie się lub bycie przywoływanym, a także przyzwolenie na przywołanie swoich danych lub wizerunku w jakichkolwiek materiałach reklamowych, promocyjnych i informacyjnych innych firm marketingowych.

(g) Zakazane jest angażowanie się w działalność lub powstrzymywanie się od działania, które świadczy o celowym lekceważeniu i rażącym zaniedbaniu Zasad Działalności.

(h) Sprzedaż w sklepach.

(1) Poza sytuacjami opisanymi w dalszych podpunktach niniejszego punktu zakazana jest sprzedaż i wystawianie produktów FLP w sklepach, aptekach, komisach, na bazarach oraz w innych punktach sprzedaży detalicznej. Jednakże, wystawy/stoiska organizowane w danym miejscu, które trwają krócej niż jeden tydzień w okresie 12-miesięcznym traktowane są jako tymczasowe i jako takie dopuszczalne, pod warunkiem uzyskania pisemnej akceptacji Firmy.

(2) Dystrybutor, który jest jednocześnie właścicielem zakładu usługowego, salonu fryzjerskiego, gabinetu kosmetycznego lub salonu odnowy biologicznej/fitness klubu, ma prawo wystawiać i sprzedawać produkty FLP w biurze, sklepie lub klubie. Jednakże i w tym przypadku szyldy zewnętrzne i wystawianie produktów w oknach wystawowych w celu reklamy sprzedaży produktów Firmy jest niedozwolone.

(3) Zakazana jest sprzedaż i promocja produktów marki Forever w opakowaniach innych niż oryginalne. Jednakże, produkty mogą być promowane i serwowane na porcje w kawiarniach i restauracjach.

(i) Korzystnie z nieautoryzowanej literatury. Używanie, produkowanie lub sprzedaż jakichkolwiek materiałów lub pomocy marketingowych, innych niż dostarczane przez FLP wymaga uprzedniej pisemnej akceptacji Firmy.

(j) Sprzedaż online. Zakazana jest sprzedaż przez media marketingowe online, pasaż handlowe online czy portale aukcyjne, takie jak między innymi eBay, Amazon.com, Allegro.pl.

(k) Sprzedawanie produktów innym do dalszej odsprzedaży. Zakazana jest sprzedaż produktów FLP innym osobom w celu dalszej odsprzedaży lub powierzenie sprzedaży produktów FLP osobom trzecim.

(l) Sponsorowanie Dystrybutorów do innych firm. Zakazane jest bezpośrednie lub pośrednie kontaktowanie, nagabywanie, przekonywanie, rekrutowanie, sponsorowanie oraz przyjmowanie, jakiegokolwiek Dystrybutora FLP, Klienta FLP lub kogokolwiek, kto był Dystrybutorem lub Klientem FLP w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy do, lub też w jakikolwiek sposób zachę-

canie takiej osoby do promowania możliwości programów marketingowych, jakiegokolwiek firmy sprzedaży bezpośredniej innej niż FLP.

(m) Dystrybutorzy FLP mają zakaz dyskredytowania innych Dystrybutorów, produktów/usług FLP, Planu Marketingu i Wynagrodzeń oraz pracowników FLP wobec innych Dystrybutorów lub osób trzecich. Wszelkie pytania, sugestie lub komentarze w tych sprawach powinny być kierowane na piśmie wyłącznie do biur FLP.

(n) Roszczenia produktowe. Dystrybutorzy mają zakaz czynienia roszczeń co do właściwości bezpieczeństwa, właściwości terapeutycznych i leczniczych produktów. Można posługiwać się wyłącznie takimi stwierdzeniami, jakie są oficjalnie zaakceptowane przez FLP lub zawarte w oficjalnej literaturze FLP. Żaden Dystrybutor nie może wysuwać twierdzeń, że produkty FLP można wykorzystywać dla kuracji, diagnozowania lub leczenia jakiegokolwiek choroby ani też jej zapobiegania. Roszczenia medyczne wobec produktów FLP są ściśle zakazane. Dystrybutorzy powinni zalecać każdemu klientowi będącemu aktualnie pod opieką lekarza lub poddawanemu zabiegowi medycznemu, konsultację lekarską przed wprowadzeniem jakichkolwiek zmian dietetycznych.

(o) Roszczenia zarobkowe. Bez uzyskania pisemnej akceptacji FLP, prognozowanie zarobków, a także prezentowanie zarobków w sposób mogący wprowadzić w błąd jest ściśle zakazane. Finansowy sukces Dystrybutora zależy wyłącznie od indywidualnego wysiłku i zaangażowania tego Dystrybutora oraz szkolenia i nadzoru jakie zapewnia swojej strukturze w ramach biznesu FLP.

(p) Prowadzenie działalności biznesowej przez pełnomocnika. Zawarcie umowy dystrybutorzkiej oraz tworzenie i budowanie pod nią struktury przez pełnomocnika, zarówno intencjonalnie, jak i nieświadomie jest zakazane. W przypadku stwierdzenia takiej sytuacji zostanie ona dostosowana przez FLP do obowiązujących Zasad Działalności.

(q) Eksport produktów. Dystrybutor ma prawo zakupu produktów FLP w celu ich wykorzystania na własny użytek lub do odsprzedaży na terenie kraju, w którym zostały one zakupione. Dystrybutor ma zakaz kupowania produktów w celu ich eksportu do kraju innego niż w którym zostały zakupione, inaczej jak tylko na użytek własny i swojej rodziny, wyłącznie do państw, w których nie ma autoryzowanego biura FLP i wyłącznie po uzyskaniu pisemnej zgody Biura Głównego FLP w Scottsdale w Arizonie w USA.

17. ZASADY DZIAŁALNOŚCI

17.01 (a) Związek Dystrybutora z FLP ma charakter umowy. Umowę Dystrybutora z FLP może podpisać tylko pełnoletnia osoba fizyczna.

(b) Dystrybutor FLP ma status niezależnego współpracownika. Każdy Dystrybutor zobowiązany jest do prowadzenia swojej działalności zgodnie z warunkami zawartymi w Umowie Dystrybutorzkiej, z Zasadami Działalności FLP obowiązującymi w kraju, w którym działa oraz z obowiązującymi przepisami prawa.

(c) Umowa Dystrybutorska FLP obejmuje Dystrybutora oraz jego współmałżonka lub pojedynczą osobę, tak jak to jest podane na Umowie Dystrybutora, której oryginał przechowywany jest w Biurze Głównym.

(d) Małżonkowie są sponsorowani razem, na jednej Umowie Dystrybutora. Małżonkowie nie mogą wzajemnie się sponsorować. Jeżeli współmałżonek nie decyduje się zostać Dystrybutorem FLP, ten ze współmałżonków, który jest Dystrybutorem FLP wyraźnie zgadza się i uznaje, że jego Umowa Dystrybutora może zostać rozwiązana w przypadku działań naruszających Zasady Dzia-

łałości Firmy podjętych przez współmałżonka nie będącego Dystrybutorem.

(e) W przypadku zawarcia małżeństwa pomiędzy osobami będącymi Dystrybutorami FLP, każde z małżonków może zachować odrębne umowy dystrybutorskie, istniejące przed zawarciem małżeństwa.

(f) W przypadku zawarcia małżeństwa osoby będącej Dystrybutorem FLP z osobą nie będącą Dystrybutorem, ta druga ma prawo przystąpić do działalności dystrybutorskiej pod numerem swego małżonka. W takiej sytuacji małżonkowie wypełniają i podpisują formularz zmiany statusu. Dystrybutor – niezależnie od tego, czy jego małżonek podpisał Umowę Dystrybutorską – zobowiązany jest zadbać, by działania małżonka nie były szkodliwe dla FLP. Niezgodne z Zasadami Działalności postępowanie małżonka może stanowić podstawę rozwiązania Umowy Dystrybutorskiej.

(g) W przypadku gdy Dystrybutor zostaje zasponsorowany międzynarodowo do innego kraju, na który nie jest zasponsorowany jego sponsor, sponsor zostaje automatycznie zasponsorowany do tego kraju i zgadza się przestrzegać praw obowiązujących w danym kraju oraz podlegać polityce rozwiązywania sporów jak opisano dalej.

17.02 FLP zgadza się sprzedawać Dystrybutorowi produkty i wypłacać premie, zgodnie z Planem Marketingowym i Zasadami Działalności, pod warunkiem, że Dystrybutor nie narusza zasad współpracy z Firmą.

17.03 Dystrybutor może korzystać z własnych technik marketingowych, pod warunkiem, że nie naruszają one żadnych firmowych ani krajowych zasad, przepisów i praw.

17.04 Jakikolwiek, za wyjątkiem dziedziczenia, przeniesienie praw dystrybutorskich jest sprzeczne z Zasadami Działalności. Takie przeniesienie, które nie uzyskało pisemnej zgody FLP, będzie nieważne. Na potrzeby niniejszej klauzuli, zmiana funduszu powierniczego Dystrybutora FLP będzie traktowana jako przeniesienie praw, wymagające, pod rygorem nieważności, pisemnej aprobaty Firmy.

17.05 Bezpośrednia lub pośrednia zmiana sponsora w jakikolwiek sposób inny niż dopuszczone w niniejszej broszurze, jest niedozwolona. FLP będzie traktowało jako obowiązującą Umowę Dystrybutora otrzymaną przez Biuro Główne jako pierwszą. Kolejne Umowy nie zostaną zaakceptowane.

17.06 Kiedy Dystrybutor zmienia kraj zamieszkania musi powiadomić o tym fakcie dotychczasowy kraj zamieszkania, w celu zmiany adresu i przydzielania nowego kraju zamieszkania.

17.07 Błędy lub pytania. Jeżeli Dystrybutor ma pytania lub sądzi, że powstały jakieś błędy odnośnie premii, działalności jego struktury, opłat lub zmian, musi powiadomić FLP w ciągu sześćdziesięciu (60) dni od daty domniemanego błędu lub kwestii budzącej wątpliwości. FLP nie odpowiada za jakiegokolwiek błędy, przeoczenia czy problemy nie zgłoszone w ciągu sześćdziesięciu (60) dni.

17.08 Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej przez Dystrybutora:

(a) Jeżeli Dystrybutor chce rozwiązać Umowę Dystrybutorską, może to uczynić w dowolnym momencie, przekazując do Biura Głównego FLP Poland stosowne pismo, podpisane przez wszystkie osoby, których podpis widnieje na oryginalnej Umowie Dystrybutora. Za datę rozwiązania umowy uznaje się datę zaakceptowania rezygnacji przez Biuro Główne. Rezygnujący Dystrybutor traci swoją pozycję w planie marketingowym oraz dotychczasową strukturę, zarówno w kraju zamieszkania, jak i we wszystkich innych krajach.

(b) Gdy Dystrybutor rozwiązuje Umowę Dystrybutorską, oznacza to również rozwiązanie Umowy z jego współmałżonkiem.

(c) Po upływie dwóch lat, Dystrybutor może ubiegać się o ponowne przyjęcie do grona Dystrybutorów. Wznowienie współpracy wymaga akceptacji Biura Głównego. W przypadku uzyskania takiej akceptacji Dystrybutor zostanie wprowadzony jako Nowy Dystrybutor, a jego poprzednia struktura nie zostanie mu przywrócona.

17.09 Wykluczenie lub zawieszenie Dystrybutora.

(a) Wykluczenie Dystrybutora oznacza zakończenie działalności i utratę w trybie natychmiastowym wszystkich praw i przywilejów Dystrybutora w ramach sponsoringu krajowego i międzynarodowego, w tym prawa do zakupu i dystrybucji produktów FLP. Takie wykluczenie oznacza brak możliwości kwalifikacji do premii oraz do udziału we wszystkich innych programach sponsorowanych przez Firmę.

(b) W następstwie wykluczenia, Dystrybutor jest zobowiązany na życzenie FLP zwrócić lub zrekompensować wszelkie premie, programy promocyjne, nagrody, zapasy magazynowe otrzymane od FLP od daty podjęcia przez niego działań zakończonych wykluczeniem. Po odzyskaniu kosztów lub uzyskaniu rekompensaty za szkodliwe działania wykluczonego Dystrybutora, wstrzymane premie zostaną wypłacone następnemu nadsponsorowi, który postępuje zgodnie z Zasadami Działalności.

(c) Po upływie dwóch lat wykluczony Dystrybutor może ubiegać się o ponowną akceptację Umowy przez Biuro Główne. W przypadku uzyskania akceptacji zostanie on wprowadzony jako Nowy Dystrybutor, a jego poprzednia struktura nie zostanie mu przywrócona.

(d) Zawieszenie to status tymczasowy – zawieszony Dystrybutor nie może składać zamówień, otrzymywać wypłat premii i zysków, ani sponsorować innych Dystrybutorów.

(e) Zyski i premie zawieszonoego Dystrybutora będą zdeponowane do chwili, gdy zostanie on przywrócony lub wykluczony. Jeżeli Dystrybutor zostanie przywrócony, zdeponowane kwoty zostaną mu wypłacone; w przeciwnym wypadku zostaną one rozdysponowane zgodnie z planem marketingowym.

17.10 Polityka dotycząca internetu.

(a) Sprzedaż produktów online. Każdy Niezależny Dystrybutor FLP będzie miał możliwość zakupu zaaprobowanej przez FLP strony internetowej Niezależnego Dystrybutora MyFLPBiz, dla promowania i sprzedaży produktów online przez bezpośredni link do strony internetowej FLP www.foreverliving.com zawierającej sklep internetowy. Zamówienia online będą przyjmowane bezpośrednio przez FLP na tej stronie. Link internetowy został zaprojektowany tak, aby strony FLP pozostały zawarte w ramach strony internetowej Niezależnego Dystrybutora. Goście wirtualnie nie opuszczają strony internetowej Dystrybutora. W celu zachowania spójności prezentacji marki, produktów oraz relacji Dystrybutor/Klient FLP, Dystrybutorzy nie mogą sprzedawać żadnego z firmowych produktów FLP online za pośrednictwem swoich niezależnych stron internetowych. Działalność e-commerce może być dokonywana tylko bezpośrednio przez link do oficjalnej strony internetowej FLP pod adresem www.foreverliving.com

(b) Sponsorowanie Dystrybutorów online przez umowę z elektronicznym podpisem lub formularz online nie jest dozwolone poza bezpośrednią umową lub linkiem do oficjalnej strony internetowej FLP pod adresem www.foreverliving.com.

(c) Strony internetowe Niezależnych Dystrybutorów FLP promujące produkty lub szansę na biznes bez prowadzenia sprzedaży i/lub sponsoringu będą dozwolone pod warunkiem, że będą

pozostawały w zgodzie lub zostaną zmodyfikowane, by pozostać w zgodzie z Zasadami Działalności.

(d) Dystrybutorzy nie mogą używać nazwy „Forever Living Products”, żadnych znaków towarowych, nazw handlowych, nazw produktów, nazw domen (URL) ani kopiować lub wykorzystywać jakichkolwiek materiałów FLP niezależnie od źródła, w sposób który mógłby skutkować wprowadzeniem użytkownika w błąd i sprawieniem wrażenia, że strona internetowa Dystrybutora jest stroną FLP lub jej oficjalnego przedstawicielstwa. Nazwy produktów FLP są ściśle własnością FLP i nie mogą być wykorzystywane przez żadnego z Dystrybutorów jako link sponsorowany lub w żaden inny nieautoryzowany sposób. Indywidualne strony internetowe dystrybutora FLP muszą zawierać czytelną, widoczną informację, że reprezentują niezależnego dystrybutora FLP, który nie jest agentem firmy FLP ani żadnego z jej światowych przedstawicielstw.

(e) Dystrybutorzy muszą zawrzeć na swoich stronach internetowych link do oficjalnej strony FLP stworzonej i zarządzanej przez Firmę pod adresem www.foreverliving.com.

(f) Wszystkie strony internetowe niezależnych dystrybutorów FLP mogą prezentować tylko takie treści i odsyłacze, które dotyczą firm lub produktów marki FLP oraz zawierać wyłącznie treści moralne.

(g) Elektroniczna reklama. Strony internetowe Niezależnych Dystrybutorów FLP, które zostały zaaprobowane przez FLP lub stanowią część banera online lub reklamy w okienkach reklamowych, które spełniają wymogi FLP w zakresie reklam oraz zostały zaaprobowane przez FLP będą dozwolone. Banery online lub reklamy w okienkach reklamowych muszą być przekazane FLP w celu uzyskania aprobaty przed opublikowaniem ich online, a także muszą linkować użytkownika do strony internetowej Firmy lub do zaaprobowanej przez FLP strony internetowej niezależnego dystrybutora FLP. Wszystkie formy reklamy elektronicznej podlegają Zasadom Działalności FLP w zakresie regulacji dotyczących reklam i materiałów promocyjnych oraz są przez nie kontrolowane.

18. WYMOGI PRAWNE

18.01 Rozwiązywanie sporów.

(a) W przypadku sporu dotyczącego jakiegokolwiek związku z lub pomiędzy Dystrybutorem a FLP lub produktów FLP, który nie może być rozwiązany na drodze mediacji, strony zgadzają się, że w celu wspierania w pełnym możliwym zakresie wzajemnego, przyjaznego rozstrzygnięcia sporu w odpowiednim czasie, w sposób skuteczny i ostateczny, przełożą swoje odnośnie prawa sądowi i rozwiążą spór przedkładając go do rozstrzygnięcia Amerykańskiemu Stowarzyszeniu Arbitrażowemu (American Arbitration Association – „A.A.A.”) w okręgu Maricopa w Arizonie zgodnie z procedurami rozstrzygania sporów Forever Living Products. Okręg Maricopa w stanie Arizona będzie jedynym i wyłącznym miejscem jurysdykcji i rozstrzygnięcia jakichkolwiek sporów pomiędzy Firmą a niezależnym dystrybutorem oraz, w odpowiednich przypadkach, zgodnie z procedurami rozstrzygania sporów FLP, sąd odpowiedniej jurysdykcji będzie znajdował się w stanie Arizona, w okręgu Maricopa. Podanie oraz Umowa Niezależnego Dystrybutora będzie pod każdym względem rozpatrywane zgodnie z prawami stanu Arizona.

(b) Udział w programie sponsoringu międzynarodowego jest przywilejem, który daje każdemu dystrybutorowi szansę odnoszenia korzyści z międzynarodowej sieci firm FLP. Program sponsoringu międzynarodowego jest monitorowany przez biuro główne FLP w Maricopa County w Arizonie. Dystrybutor uczestniczący w programie sponsoringu międzynarodowego zgadza się, że wszelkie spory wynikłe z lub mające odniesienie do umowy dystrybutorskiej lub produktów FLP, obejmujące którekolwiek z powiązanych biur FLP, będą rozstrzygane poprzez wiążący arbi-

traż w Maricopa County w Arizonie, zgodnie z bieżącą polityką rozwiązywania sporów Forever Living.com i Forever Living Products International, LLC opisaną powyżej oraz opublikowaną na stronie internetowej FLP pod adresem www.foreverliving.com.

18.02 Przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci.

(a) Transfer lub przeniesienie Praw Dystrybutorskich jest niedozwolone. Wyjątek stanowi śmierć lub prawna separacja bądź rozwód.

(b) Dziedziczenie praw po zmarłym Dystrybutorze FLP podlega następującym uwarunkowaniom i ograniczeniom:

(1) Spadkobierca musi być osobą kwalifikującą się do przejęcia praw i obowiązków Dystrybutora.

(2) Ponieważ spadkobiercą może być wyłącznie jedna, pełnoletnia osoba, w przypadku kilku spadkobierców lub niepełnoletnich dzieci może zostać utworzony fundusz powierniczy lub wyznaczony opiekun prawny. W sytuacji, gdy fundusz taki zostanie utworzony, należy przekazać jego kopię do FLP. W warunkach funduszu musi być wyraźnie zaznaczone uprawnienie jego zarządcy do działania jako Dystrybutor. Opiekun prawny lub zarządca funduszu testamentowego musi zostać wyznaczony przez sąd odpowiedniej jurysdykcji i otrzymać konkretne uprawnienia do bycia Dystrybutorem w imieniu niepełnoletnich dzieci.

(3) Opiekun prawny lub zarządca funduszu zachowa status Dystrybutora, pod warunkiem przestrzegania Umowy Dystrybutora i Zasad Działalności, do momentu uzyskania przez spadkobiercę pełnoletności i zaakceptowania przez niego odpowiedzialności prowadzenia działalności jako Dystrybutor, po uprzednim zaaprobowaniu przez sąd.

(4) Zarządca funduszu, opiekun prawny, współmałżonek lub inny tego typu przedstawiciel Dystrybutora będzie odpowiedzialny za działania spadkobiercy, osoby pozostającej pod kuratelą lub jego współmałżonka, dla celów przestrzegania zasad działalności wynikających z Umowy Dystrybutora. Naruszenie Zasad Działalności przez którąkolwiek z wymienionych wyżej osób może spowodować rozwiązanie Umowy Dystrybutora.

(5) Najwyższą dziedziczonym stanowiskiem może być pozycja Managera. Jednakże, premie będą wypłacane zgodnie z pozycją i wymogami obowiązującymi zmarłego. Status wszystkich Managerów Sponsorowanych wykreowanych przez zmarłego Dystrybutora zostanie zmieniony na status Managerów Wstępujących. Mogą oni następnie uzyskać re kwalifikację na Managerów Sponsorowanych, jak to opisano w punkcie 5.04 (e). Pozycje dystrybutorskie poniżej Managera będą dziedziczone na określonym poziomie.

(c) W przypadku gdy na Umowie Dystrybutorskiej widnieją dwa podpisy, niezależnie od tego kiedy one zostały złożone, uznaje się, że jest to Umowa Wspólna z Prawem Przeżycia, co oznacza, że po śmierci jednego ze współmałżonków wszystkie prawa dystrybutorskie automatycznie przejęte zostają przez drugiego współmałżonka, który od tego momentu jest jedynym Dystrybutorem zarejestrowanym pod danym numerem dystrybutorskim. Stanie się tak niezależnie od ewentualnego zapisu w testamentie tego Dystrybutora, który zmarł pierwszy. Jeżeli Dystrybutor nie życzy sobie takiego rozwiązania musi skontaktować się Biurem Głównym, by wyrazić swoje potrzeby i określić czy mogą one zostać spełnione. Prosimy pamiętać, że, poza separacją lub rozwodem, za życia Dystrybutora nie jest możliwe dokonywanie zmian osób, które widnieją na Umowie.

(d) Umowę Dystrybutorską osoby, która pozostaje w związku małżeńskim a na Umowie zazna czyła rubrykę „żonaty/mężatka”, natomiast na Umowie widnieje podpis tylko jednej ze stron, Firma będzie traktowała jak Umowa Wspólna z Prawem Przeżycia.

(1) W przypadku, gdy nastąpiła zmiana statusu małżeńskiego, ze stanu wolnego za zamężny/żonata, Dystrybutor musi przesłać do Biura Głównego nową Umowę Dystrybutorską wskazującą na zmianę statusu małżeńskiego oraz odpis aktu ślubu. Od tej pory, firma będzie traktowała Umowę jako Umowę Wspólną z Prawem Przeżycia.

(2) W celu przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci Dystrybutora nie pozostającego w związku małżeńskim wymagany jest zapis testamentowy lub fundusz powierniczy.

(f) Firma traktuje Umowę Wspólną z Prawem Przeżycia oraz fundusz powierniczy jako legalny sposób przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci bez konieczności przechodzenia procedury urzędowego zatwierdzania testamentu, by przekazać prawa właściwemu spadkobiercy.

(g) W ciągu sześciu (6) miesięcy od śmierci dystrybutora, współmałżonek, zarządca funduszu lub inny reprezentant zawiadomi o tym fakcie Biuro Główne FLP w swoim kraju zamieszkania. Zawiadomieniem takiemu musi towarzyszyć odpis aktu zgonu oraz kopia testamentu lub postanowienie sądowne, upoważniające do przeniesienia praw dystrybutorskich na uprawnionego spadkobiercę. Po sześciu (6) miesiącach od daty śmierci, FLP może usunąć zmarłego dystrybutora z Umowy Dystrybutorskiej. W celu uniknięcia zawieszenia i/lub rozwiązania umowy wymagane będzie dostarczenie w obowiązującym terminie zawiadomienia i wymaganej dokumentacji o spadkobiercy. Jeżeli istnieją po temu ważne powody, przed upływem sześciu (6) miesięcy można zwrócić się z podaniem o wydłużenie czasu na przedłożenie odpowiednich dokumentów do Biura Głównego FLP w swoim kraju zamieszkania. FLP zastrzega sobie prawo wypłat na rzecz współmałżonka, zarządcy funduszu lub prawnie upoważnionego reprezentanta zmarłego dystrybutora w oczekiwaniu na dostarczenie w terminie wymaganych dokumentów.

18.03 Przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku rozwodu.

(a) W trakcie trwania sprawy rozwodowej lub o podział majątku, FLP kontynuuje wypłacanie należnych zarejestrowanemu Dystrybutorowi premii w taki sam sposób, w jaki były one wypłacane przed rozpoczęciem sprawy rozwodowej lub o podział majątku.

(b) W przypadku rozwodu lub prawnie potwierdzonej separacji, przyznanie praw dystrybutorskich jednej ze stron może zostać zawarte w klauzuli majątkowej. Jednakże, prawa dystrybutorskie nie mogą zostać podzielone. Tylko jedna osoba pełnoletnia będzie uprawniona do przejęcia istniejącej struktury Dystrybutorów. Drugi ze współmałżonków może rozpocząć działalność oddzielnie, na osiągniętej w czasie trwania małżeństwa pozycji w Planie Marketingowym. Ten współmałżonek musi działać pod oryginalnym sponsorem i otrzymuje wobec niego status Wstępującego do czasu rekwalfikacji.

19. KLAUZULE RESTRYKCYJNE

19.01 W granicach prawa, FLP, w tym dyrektorzy, członkowie zarządu, udziałowcy, pracownicy, współpracownicy (zwani dalej „personelem”), nie ponoszą odpowiedzialności, i Dystrybutorzy uznają, że nie będą wnosić roszczeń wobec FLP i personelu firmy, za jakkolwiek, bezpośrednio lub pośrednio utratę dochodów, celowe lub przypadkowe straty ani też wszelkie inne straty Dystrybutorów FLP wynikające z: (a) naruszenia przez Dystrybutora Umowy Dystrybutorskiej i Zasad Działalności FLP; (b) promowania lub prowadzenia działalności dystrybutorskiej FLP i działań Dystrybutora z tym związanych; (c) przekazania przez Dystrybutora personelowi FLP nieprawdziwych danych i informacji; (d) niedopełnienia przez Dystrybutorów obowiązku przekazania personelowi FLP danych i informacji koniecznych do właściwego prowadzenia działalności, w tym danych niezbędnych do naliczania i wypłaty premii dystrybutorskich. **KAŻDY DYSTRYBUTOR ZGADZA SIĘ, ŻE CAŁKOWITA ODPOWIEDZIALNOŚĆ FLP I PERSONELU FIRMY BĘDZIE OGRANICZONA DO I NIE PRZEKROCZY WARTOŚCI PRODUKTÓW ZAKUPIONYCH PRZEZ DYSTRYBUTORA OD FIRMY, KTÓRE SĄ W STANIE UMOŻLIWIAJĄCYM ICH DALSZĄ SPRZEDAŻ.**

19.02 Ograniczona licencja uprawniająca do używania znaków firmowych

(a) Nazwa „Forever Living Products” oraz symbole FLP i inne nazwy jakie mogą być zastosowane przez FLP, w tym nazwy produktów FLP są nazwami handlowymi i/lub znakami towarowymi będącymi własnością Firmy.

(b) Każdy Dystrybutor niniejszym uzyskuje od FLP licencję zezwalającą na używanie zastrzeżonych znaków towarowych, znaków usługowych oraz innych znaków FLP (dalej zwanych ogólnie „Znakami”) w związku z wykonywaniem obowiązków i zobowiązań dystrybutorskich wynikających z Umowy Dystrybutora oraz związanych z nią zasad i procedur. Wszystkie Znaki są i pozostaną wyłączną własnością FLP. Znaki mogą być używane wyłącznie w sposób autoryzowany Umową Dystrybutora oraz odpowiednimi zasadami i procedurami FLP. Udzielana niniejszym licencja obowiązuje tylko tak długo, jak długo Dystrybutor postępuje etycznie oraz w pełnej zgodzie z zasadami i procedurami FLP. Przy tym, Dystrybutorom zabrania się roszczenia praw własności do Znaków FLP (np. rejestracja domeny o nazwie zawierającej „FLP”, „Forever Living” lub jakikolwiek inny Znak FLP w jakikolwiek sposób, w jakimkolwiek kształcie i formie), chyba że zostanie to pisemnie zaaprobowane przez FLP. Znaki te mają dla FLP wielką wartość i są udostępniane każdemu Dystrybutorowi na jego użytek wyłącznie w sposób wyraźnie autoryzowany.

(c) Dystrybutorzy nie będą reklamować produktów FLP w żaden inny sposób, jak tylko poprzez materiały reklamowe lub promocyjne udostępniane Dystrybutorom przez FLP oraz materiały, które uzyskały akceptację autoryzowanego urzędnika FLP. Dystrybutorzy zgadzają się nie korzystać dla reklamowania, promowania lub opisywania produktu lub programu marketingowego FLP ani w żaden inny sposób z żadnych pisanych, drukowanych, nagrywanych ani też uzyskanych w jakikolwiek inny sposób materiałów, które nie zostały objęte prawami autorskimi FLP i przez nią dostarczone, chyba że taki materiał został uprzednio przedstawiony FLP i uzyskał pisemną akceptację FLP przed rozpowszechnieniem, publikacją lub wystawieniem. Dystrybutorzy FLP niniejszym zgadzają się nie czynić dyskredytujących uwag odnośnie FLP, produktów, planu wynagrodzeń FLP czy potencjału zarobkowego.

20. INFORMACJE POUFNE ORAZ UMOWA POUFNOŚCI I TAJNOŚCI

20.01 (a) Raporty dotyczące struktury i wszelkie inne raporty oraz informacje generacyjne, w tym, między innymi, informacje dotyczące sprzedaży struktury oraz wydruki premii są prywatną, poufną własnością FLP.

(b) Każdy Niezależny Dystrybutor, który otrzymuje tego typu informacje musi traktować je jako prywatne i poufne oraz dążyć do starań, by zachować ich poufność oraz powstrzymać się przed wykorzystywaniem ich w celach innych niż zarządzanie swoją strukturą sprzedaży.

(c) Dystrybutor FLP może mieć dostęp do informacji prywatnych i poufnych, które niniejszym uznaje za należące do, wysoce delikatne i cenne dla biznesu FLP oraz że są mu one przekazywane tylko i wyłącznie w celu zwiększania sprzedaży produktów FLP oraz rekrutowania, szkolenia i sponsorowania osób trzecich, które mogą pragnąć zostać Niezależnymi Dystrybutorami FLP oraz w celu dalszej budowy i promowania swojego biznesu FLP.

(d) „Tajemnica handlowa” lub „Informacja poufna” oznaczać także będzie informacje, w tym receptury, wzory, opracowania, programy, narzędzia, metody, techniki lub procesy, które:

(1) posiadają niezależną wartość gospodarczą, faktyczną lub potencjalną, płynącą z faktu, że nie są powszechnie znane innym osobom, które mogłyby czerpać korzyści gospodarcze z ich ujawnienia lub wykorzystania; oraz

(2) są przedmiotem wysiłków, które zważywszy na okoliczności powinny zachować swój po-
fuły charakter.

(e) Kiedy FLP udostępni informacje Niezależnemu Dystrybutorowi FLP, czyni to wyłącznie
w celu prowadzenia biznesu FLP.

(f) Dystrybutor nie będzie wykorzystywał, ujawniał, powielał ani w żaden inny sposób udostęp-
niał jakichkolwiek Tajemnic Handlowych ani Informacji Poufnych nikomu poza Niezależnymi Dys-
trybutorami FLP, bez pisemnej zgody FLP.

(g) Dystrybutor nie będzie bezpośrednio ani pośrednio wykorzystywał, spieniężał ani używał
żadnych Tajemnic Handlowych lub Informacji Poufnych dla własnych korzyści ani dla korzyści
kogokolwiek innego, w celach innych niż prowadzenie biznesu FLP.

(h) Dystrybutor zachowa poufność i bezpieczeństwo Tajemnic Handlowych i Informacji Poufnych
w swoim posiadaniu oraz będzie je chronił przed ujawnieniem, nadużyciem, sprzeniewierze-
niem lub jakimikolwiek innymi działaniami naruszającymi prawa FLP.

(i) Dalsze klauzule restrykcyjne. Uzyskując od FLP Tajemnicę Handlową lub Informację Poufną,
Dystrybutor jednocześnie i nieodłącznie zgadza się, że w okresie obowiązywania umowy dystry-
butorskiej z FLP, nie będzie podejmował ani też zachęcał do żadnych działań, których przyczyną
lub skutkiem byłoby uchylenie, naruszenie, zakłócenie lub umniejszenie wartości lub korzyści
wynikających z umowy zawartej pomiędzy FLP a jakimkolwiek dystrybutorem FLP. Nie ogranicza-
jąc ogólności powyższego, w czasie obowiązywania umowy dystrybutorskiej, Dystrybutor zgadza
się aby, bezpośrednio lub pośrednio, nie kontaktować, nagabywać, przekonywać, rekrutować,
sponsorować ani przyjmować, jakiegokolwiek Dystrybutora FLP, Klienta FLP lub kogokolwiek, kto
był Dystrybutorem lub Klientem FLP w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy do, ani też w ża-
den sposób nie zachęcać takiej osoby do promowania możliwości programów marketingowych
jakiegokolwiek firmy sprzedawcy bezpośredniej innej niż FLP.

(j) Ustalenia zawarte w punkcie „Informacje Poufne” niniejszych Zasad Działalności będą obo-
wiązywały zawsze i bez przerwy. Ustalenia zawarte w punkcie „Dalsze Klauzule Restrykcyjne”
Zasad będą obowiązywały z całą mocą prawną podczas obowiązywania podpisanej Umowy Dys-
trybutora pomiędzy FLP a Dystrybutorem, a następnie w okresie jednego (1) roku od momentu
otrzymania ostatniej Poufnej Informacji lub dwunastu (12) miesięcy po wygaśnięciu i rozwiąza-
niu takiej Umowy Dystrybutora.

