FOREVER LIVING PRODUCTS
POLAND

Zasady Działalności

SPIS TREŚCI

1. Wprowadzenie
2. Podstawowe pojęcia
3. Gwarancje i zwrot produktów
4. Schemat Premii i Plan Marketingowy
5. Premia Lidera
6. Eagle Manager
7. Stanowiska Managerskie
    - Gem Managerowie
8. Premia Gem Bonus
9. Program Motywacyjny
10. Super Rally FLP
11. Status Managera i Rekwalifikacje
    - Manager Wstępujący
    - Manager Transferowany
    - Wymogi aktywności
    - Procedury rekwalifikacji
12. Responsoring
13. Zamawianie produktów
14. Wymogi prawne
    - Bycie Niezależnym Dystrybutorem
    - Zasady Działalności FLP Poland
    - Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej przez Firmę
    - Rozwiązywanie sporów
    - Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej przez Dystrybutora
    - Ważność umów
    - Przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci
    - Przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku rozwodu
    - Polityka dotycząca Internetu
    - Błędy lub pytania
    - Umowa poufności i tajności
    - Dalsze klauzule restrykcyjne
    - Terminy
    - Wytyczne dotyczące reklam i promocji
15. Przepływ informacji
16. Sponsoring międzynarodowy

1. WPROWADZENIE

(a) Firmy Forever Living Products (FLP) są unikalne w realizacji swojej idei, która zachęcai wspiera używanie oraz sprzedaż detaliczną ich produktów poprzez niezależnych Dystrybutorów na całym świecie. FLP to grupa powiązanych ze sobą firm, z Dystrybutorami sprzedającymi produkty FLP na całym świecie. Wyłącznym importerem produktów FLP na rynek polski jestForever Living Products Poland Sp. z o.o. (FLPP, FLP Poland, Firm(a).

FLP zapewnia swoim Dystrybutorom najwyższej jakości produkty, pomoc personelu oraz Plan Marketingowy. FLP oferuje konsumentom i Dystrybutorom szansę na poprawę jakości życia dzięki produktom oraz równy dostęp do udziału w sprzedaży i wynikającychz tego przywilejów, dla wszystkich, którzy gotowi są przestrzegać opisanych poniżej zasad.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 zgodne z Planem Marketingowym Firmy oparte jest na osiąganej sprzedaży produktów FLP.Dystrybutor jest niezależnym współpracownikiem firmy, którego sukces lub porażka zależą wyłącznie od jego osobistych wysiłków.

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

(d) Niezależni Dystrybutorzy, bez względu na pozycję zajmowaną w Planie Marketingowym, zachęcani 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.

2. PODSTAWOWE POJĘCIA

2.1 „Klient detaliczny" to osoba kupująca wyrób Firmy od Dystrybutora FLPP wyłącznie na użytek własny (nie do odsprzedaży).

2.2 „Punkt kartonowy" (pk.) to jednostka miary wartości produktów, stanowiąca podstawę przyznawania Dystrybutorom awansów, premii, nagród i programów promocyjnych, jak to wynika z Planu Marketingowego. Jeden punkt kartonowy przyznawany jest zazakup od Firmy produktów FLP o wartości 654,00 PLN w cenie hurtowej netto.

2.3 „Nowy Dystrybutor" to Dystrybutor, który nie osiągnął jeszcze pozycji Assistant Supervisora.

2.4 „Dystrybutor" to osoba pełnoletnia, której Umowa Dystrybutora została zatwierdzona przez Biuro Główne FLP Poland. Dystrybutor kupuje produkty bezpośrednio od Firmy.

2.5 „Aktywny Dystrybutor" to Dystrybutor, który w ciągu miesiąca kalendarzowego spełnił wymóg aktywności 4 pk. w kraju zamieszkania. Na aktywność 4 pk. Dystrybutora składają się wszystkie pk. pochodzące z jego zakupów własnych (minimum 1 pk.) oraz pk. z zakupów Nowych Dystrybutorów bezpośrednio zasponsorowanych przez Dystrybutora. Status Dystrybutora Aktywnego określany jest comiesięcznie.

2.6 „Kraj zamieszkania" to kraj, w którym Dystrybutor mieszka przez większość czasu. To w tym kraju Manager musi realizować wymogi uprawniające do kwalifikacji do premii grupoweji premii lidera we wszystkich innych krajach FLP. Kiedy Dystrybutor zmienia miejscezamieszkania, musi powiadomić o tym swój dotychczasowy kraj zamieszkania, w celu dokonania zmiany adresu i przydzielenia nowego kraju zamieszkania.

2.7 „Firma operacyjna" to firma administrująca, w ramach której jedno lub kilka państwa korzysta z jednej bazy danych w celu kalkulowania awansów w poziomach sprzedaży, wypłat premii oraz kwalifikacji do programów promocyjnych.

3. GWARANCJE I ZWROT PRODUKTÓW

3.1 FLP gwarantuje swoim Dystrybutorom, że jej produkty są wolne od wad, a ich skład nieodbiega od deklarowanego. FLP Poland nie prowadzi sprzedaży żadnych produktów,o których wiadomo, że mogą powodować niepożądane skutki uboczne lub reakcje.

3.2 FLP Poland udziela gwarancji na produkty FLP, która obowiązuje w okresie 30 dni od datyzakupu i dotyczy wyłącznie produktów punktowanych. Gwarancja nie obejmuje natomiastliteratury firmowej, tj. materiałów szkoleniowych, promocyjnych i reklamowych.

Klienci detaliczni:

3.3 Klient detaliczny otrzymuje gwarancję 100% satysfakcji na zakupiony produkt FLP; gwarancja ta obowiązuje w okresie 30 dni od daty zakupu. W okresie trwania gwarancji niezadowolony z zakupu klient ma prawo: (a) wymienić produkt na taki sam bądź (b) 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. Ponadto klient powinien złożyć pisemne potwierdzenie reklamacji bądź pokwitowanie otrzymania zwrotu pieniędzy.

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

Refundacja i zwrot produktów przez Dystrybutora:

3.5 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 Dystrybutorów będą odrzucane.

3.6 (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.

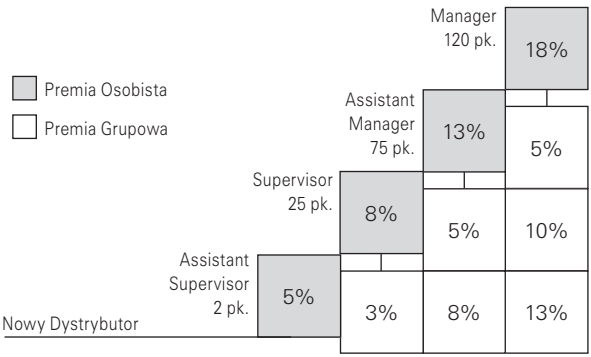
Dystrybutor rezygnujący z działalności zobowiązany jest dostarczyć do Biura Głównego FLP Poland wszystkie produkty, które FLP Poland ma mu refundować, wraz z dowodem zakupu (faktura). (b) Jeżeli produkty zwracane przez rezygnującego z działalności Dystrybutora zostały zakupione po cenach dla Nowych Dystrybutorów (NDP), premia NDP zostanie odliczona bezpośredniemu sponsorowi i jeżeli zwracane produkty mają wartość powyżej 1 pk., premie (także premia NDP) oraz punkty kartonowe przypisane z tytułu zakupu tych produktów sponsorom i nadsponsorom Dystrybutora zostaną odliczone. Jeżeli punkty kartonowe wykorzystane były do awansu sponsorów Dystrybutora, awanse te mogą zostać ponownie przeliczone z wyłączeniem tych punktów kartonowych w celu sprawdzenia, czy awans zachowuje swoją ważność. (c) Jeżeli dystrybutor zwraca Touch of Forever lub inny zestaw, w którym brak części produktów, refundacja zostanie naliczona jak w przypadku zwrotu kompletnego zestawu, a następnie zostanie ona pomniejszona o hurtową wartość brakujących składników. Po weryfikacji Dystrybutorowi zostanie wypłacona kwota stanowiąca równowartość produktów, pomniejszona o wartość premii osobistych naliczonych z tytułu zakupu tych produktów oraz o koszty manipulacyjnew wysokości 10%. (d) Rezygnacja z działalności spowoduje wykluczenie Dystrybutora z Planu Marketingowego, a zbudowana przez niego struktura dystrybutorska zostanie podporządkowana jego bezpośredniemu sponsorowi.

3.7 Obowiązująca zasada przyjmowania zwrotów wyłącznie od rezygnujących Dystrybutorów ma na celu skłonienie Dystrybutorów FLP do rozsądnego dokonywania zakupów. Dystrybutorzy nie powinni kupować więcej produktów, niż są w stanie zużyć lub sprzedać w okresie 30 dni. Zadaniem sponsora jest skłonienie zasponsorowanych Dystrybutorów do dokonywania zakupów w ilościach pokrywających jedynie bezpośrednie potrzeby ich samych oraz ich klientów i do przestrzegania zasady kupowania produktu tylko wówczas, gdy co najmniej 75% posiadanych przez Dystrybutora zapasów tego produktu zostało sprzedane lub zużyte. Produkty, które zostały wcześniej zadeklarowane jako sprzedane lub zużyte, nie podlegają zwrotowi do FLP Poland.

4. SCHEMAT PREMII

Plan Marketingowy Forever Living Products wygląda następująco:

Plan marketingowy



4.1 Premia Osobista naliczana jest Dystrybutorowi od wszystkich zakupów dokonanych przez niego osobiście oraz przez bezpośrednio przez niego zasponsorowanych Nowych Dystrybutorów.

4.2 Premia Grupowa wypłacana jest Dystrybutorowi od wszystkich zakupów dokonanych przez zasponsorowanych przez niego Assistant Supervisorów, Supervisorów i Assistant Managerów oraz ich grupy.

4.3 **Nowy Dystrybutor**

– Premia Osobista nie przysługuje.

4.4 **Assistant Supervisor**

– Premia Osobista: 5% wartości zakupów dokonanych osobiście oraz przez bezpośrednio zasponsorowanych Nowych Dystrybutorów,

– Premia Grupowa nie przysługuje.

4.5 **Supervisor**

– Premia Osobista: 8% wartości zakupów dokonanych osobiście oraz przez bezpośrednio zasponsorowanych Nowych Dystrybutorów,

– Premia Grupowa: 3% wartości zakupów dokonanych przez bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Supervisorów i ich grupy.

4.6 **Assistant Manager**

– Premia Osobista: 13% wartości zakupów dokonanych osobiście oraz przez bezpośrednio zasponsorowanych Nowych Dystrybutorów,

– Premia Grupowa: 5% wartości zakupów dokonanych przez bezpośrednio zasponsorowanych Supervisorów i ich grupy oraz
8% wartości zakupów dokonanych przez bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Supervisorów i ich grupy.

4.7 **Manager**

– Premia Osobista: 18% wartości zakupów dokonanych osobiście oraz przez bezpośrednio zasponsorowanych Nowych Dystrybutorów,

– Premia Grupowa: 5% wartości zakupów dokonanych przez bezpośrednio zasponsorowanych Assistant Managerów i ich grupy,
10% wartości zakupów bezpośrednio zasponsorowanych Supervisorów i ich grupy,
13% wartości zakupów bezpośrednio zasponsorowanych AssistantSupervisorów i ich grupy.

4.8 (a) Nowy Dystrybutor nie otrzymuje premii dopóki nie awansuje na pozycję Assistant Supervisora. (b) Od 1 listopada 2010 Dystrybutor zasponsorowany przez pełne sześć miesięcy, który w tym czasie nie osiągnął pozycji Assistant Supervisora, będzie miał prawo wybrać nowego sponsora. c) Wybierając nowego sponsora, Dystrybutorzy tracą dotychczasową strukturę oraz zgromadzone punkty kartonowe. Jednocześnie będą oni traktowani jako nowo zasponsorowani Dystrybutorzy na potrzeby odnośnych programów promocyjnych.

4.9 Wszyscy dystrybutorzy otrzymywać będą premię NDP (Cena dla Nowego Dystrybutora minus Cena Hurtowa) od zakupów osobiście zasponsorowanych Nowych Dystrybutorów.

4.9.1 Pk. z tytułu zakupów Nowego Dystrybutora zaliczane są na konto osobistej aktywności zarówno tego Nowego Dystrybutora, jak i jego bezpośredniego sponsora.

4.10 Do awansu na stanowisko: Assistant Supervisor (2 pk.), Supervisor (25 pk.), Assistant Manager (75 pk.) i Manager (120 pk.) można zaliczyć pk. zgromadzone w okresie jednego bądź maksymalnie dwóch kolejnych miesięcy kalendarzowych. Awans następujez dniem i w momencie osiągnięcia wymaganej dla danego stanowiska wielkości pk.

4.11 Wszystkie premie naliczane są na podstawie wartości detalicznej netto zakupionych produktów FLP, jak to widnieje na wydruku premii (wartość hurtowa netto +43%).

4.12 Dystrybutor nie traci raz osiągniętego stanowiska w Planie Marketingowym. Wyjątek stanowi rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej przez Dystrybutora, Firmę lub responsoring.

4.13 Nie istnieje możliwość przekazania praw Dystrybutora, takich jak stanowisko, premiei nagrody innej osobie. Przekazanie takie może nastąpić jedynie w wypadku śmierciDystrybutora.

4.14 Każdy Dystrybutor, który rezygnuje z działalności i rozwiązuje Umowę Dystrybutorską, może podjąć ponowną współpracę z Firmą dopiero po upływie dwóch lat od daty zatwierdzenia przez Biuro Główne FLP Poland pisemnej rezygnacji z działalności. Wznowienie wymaga akceptacji Dyrekcji FLP Poland.

4.15 W drodze do stanowiska Managera żaden Dystrybutor nie może awansować na stanowisko wyższe niż jego sponsor.

4.16 Aby zakwalifikować się do otrzymywania Premii Grupowej i specjalnych premii od działalności zasponsorowanych grup, Supervisorzy, Assistant Managerowie i Managerowie muszą spełniać wymóg miesięcznej aktywności 4 pk. (*patrz 2.5*) oraz wszystkie inne wymogi wynikające z Planu Marketingowego.

4.17 Premie i punkty naliczane są zgodnie z aktualnie zajmowanym przez Dystrybutora stanowiskiem w Planie Marketingowym. Przykład: Assistant Supervisor, który zgromadził 30 pk. osobistych w ciągu jednego lub dwóch kolejnych miesięcy kalendarzowych, otrzyma 5% premii osobistej z 25 pk. plus 8% premii osobistej z pozostałych 5 pk.

4.18 Przykład dotyczący nowego Managera: Assistant Supervisor, który zgromadził 150 pk. w ciągu jednego lub dwóch miesięcy kalendarzowych, awansuje na stanowisko Managera, a jego aktywny sponsor otrzymuje jako swoje pk. grupowe 100% pk. z pierwszych 120 pk., pozostałe 30 pk. rozdzielane jest pomiędzy Managerów będących sponsorami nowegoManagera (idąc w górę struktury) w stosunku: 40%, 20% i 10%.

4.19 Assistant Supervisor, Supervisor i Assistant Manager nie otrzymują Premii Grupowejod tych Dystrybutorów ze swojej struktury, którzy aktualnie zajmują takie samo jak onstanowisko w Planie Marketingowym. Natomiast pk. od tych Dystrybutorów są zaliczane do pk. grupowych sponsora i mogą stanowić podstawę do awansu w Planie Marketingowym.

4.20 Premie dystrybutorskie naliczane są przez Biuro Główne FLP Poland po zakończeniu miesiąca kalendarzowego. Wydruki z naliczeniem premii oraz faktura/rachunek rozsyłane są do Dystrybutorów listownie 15. dnia miesiąca następującego po miesiącu, któregorozliczenie dotyczy (wydruk za styczeń będzie przesłany 15 lutego). Jeśli 15. wypadniew sobotę, wydruk premii zostanie przesłany w piątek (14-go),

natomiast jeśli 15. wypadnie w niedzielę, wydruk premii zostanie wysłany w poniedziałek (16-go).
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 – jeśli kwota premii nie przekracza 6000 złotych brutto,
– przelewem na konto bankowe Dystrybutora – wyłącznie po otrzymaniu przez Biuro Główne FLP Poland podpisanego oryginału rachunku/faktury.
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.

4.21 (a) Dystrybutor zostanie Managerem Uznanym i otrzyma złotą odznakę managerską, gdy (1) zgromadzi z grupą 120 pk. osobistych i/lub niemanagerskich w ciągu jednego lub dwóch miesięcy kalendarzowych oraz (2) spełnił wymóg aktywności 4 pk.w miesiącu/ach awansu, oraz (3) żaden inny Dystrybutor w jego strukturze nie zrealizował awansu w tym samym miesiącu/miesiącach.
(b) Jeżeli inny Dystrybutor w strukturze zrealizował awans w tym samym miesiącu/ /miesiącach, Dystrybutor zostanie Managerem Uznanym jeżeli (1) spełnił wymóg aktywności 4 pk. w tym miesiącu/miesiącach oraz (2) zgromadził co najmniej 25 osobistych i/lub niemanagerskich pk. w ostatnim miesiącu kwalifikacji, pochodzących od Dystrybutorów w liniach innych niż linia Dystrybutora awansującego w tym samym miesiącu na stanowisko Managera.

5. PREMIA LIDERA

5.1 Kiedy Dystrybutor awansuje na stanowisko Uznanego Managera powinien wspierać swoje struktury, by pomóc im osiągnąć sukces jako Dystrybutorom FLP. Aktywny Uznany Manager zostaje Managerem Liderem kiedy wykreuje w strukturze Managera; wtedy też może zakwalifikować się do otrzymywania Premii Lidera, jeżeli uzyskuje co najmniej 12 pk. osobistych i niemanagerskich miesięcznie. Pk. „niemanagerskie" to takie, które nie przechodzą przez Managera (Aktywnego lub Nieaktywnego).

5.2 Premia Lidera może być wypłacana Uznanym Managerom, którzy mają w strukturach Managerów według następujących stawek:
6% Premii wypłacanej od wartości obrotów Managerów I Generacji i ich grup.
3% Premii wypłacanej od wartości obrotów Managerów II Generacji i ich grup.
2% Premii wypłacanej od wartości obrotów Managerów III Generacji i ich grup.

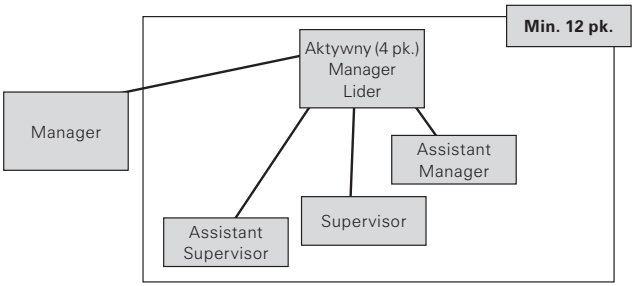
5.2.1 Premia Lidera oraz pk. Premii Lidera (40%–20%–10%) Managera, który nie kwalifikuje się do Premii Lidera, są przekazywane w górę struktury – Managerowi kwalifikującemu się do Premii Lidera.

5.3 Wymóg osiągnięcia 12 osobistych i niemanagerskich pk. może zostać obniżony:
– do 8 pk. osobistych i niemanagerskich, jeśli Manager Lider miał w poprzednim miesiącu co najmniej 2 aktywnych Managerów Uznanych w niezależnych liniach, którzy osiągnęlico najmniej po 25 pk. każdy,

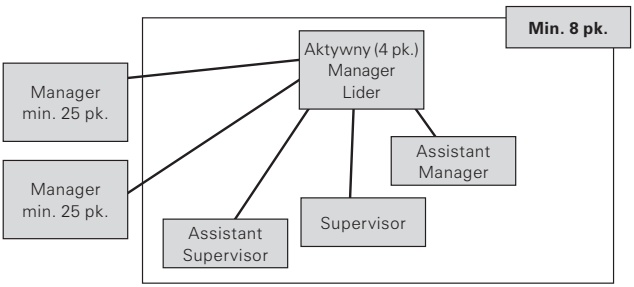
– do 4 pk. osobistych i niemanagerskich, jeśli Manager Lider miał w poprzednim miesiącu co najmniej 3 aktywnych Managerów Uznanych w niezależnych liniach, którzy osiągnęlico najmniej po 25 pk. każdy.

5.4 Do obniżenia wymogów kwalifikacyjnych do 12, 8 lub 4 pk. wliczana jest każda strukturaaktywnego Uznanego Managera, która – zgodnie z wydrukiem premii za miesiąc poprzedni – osiągnęła obrót co najmniej 25 pk. miesięcznie.

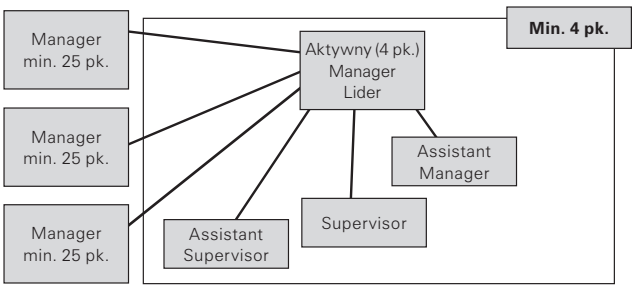
5.5 Aktywny Uznany Manager, który w danym miesiącu zgromadził 12 pk. osobistych i grupowych niemanagerskich, otrzymuje Premię Lidera.



5.6 Aktywny Uznany Manager, który w danym miesiącu zgromadził 8 pk. osobistych i niemanagerskich, a co najmniej dwie jego linie managerskie w poprzednim miesiącu zgromadziły po 25 pk. każda, otrzymuje Premię Lidera.



5.7 Uznany Manager, który w danym miesiącu był aktywny, a co najmniej trzy jego linie managerskie w poprzednim miesiącu zgromadziły po 25 pk. każda, otrzymuje Premię Lidera.



5.8 Jeśli Uznany Manager był nieaktywny (*patrz 2.5*) przez trzy kolejne miesiące lub dłużej, traci prawo do otrzymywania Premii Lidera. Uznany Manager, który na skutek trzymiesięcznej nieaktywności utracił prawo do Premii Lidera, jeśli przez trzy kolejne miesiące będzie aktywny i osiągnie 12 pk. z zakupów osobistych i grupy niemanagerskiej, odzyskuje je w czwartym miesiącu. Wymóg kwalifikacyjny 12 pk. musi być zrealizowany w kraju zamieszkania.

6. EAGLE MANAGER

6.1 (a) Program Eagle Manager został stworzony, by zachęcać Managerów do uzyskiwania i utrzymywania poziomu sprzedaży odpowiedniego do poszczególnych pozycji managerskich w planie marketingowym. Status Eagle Managera uzyskuje się rokrocznie, spełniając następujące wymogi w ciągu roku kalendarzowego po uzyskaniu awansu na pozycję Uznanego Managera.

1. Comiesięczna Aktywność i kwalifikacja do Premii Lidera.
2. Zgromadzenie co najmniej 720 punktów kartonowych, z czego co najmniej 100 pk. będzie pochodzić 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 wzwyż, 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 roku kalendarzowego.

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 punktów kartonowych oraz posiadania Eagle Managerów w strukturze, jak to opisano poniżej.

(d) W celu spełnienia wymogu 100 nowych punktów kartonowych, Manager może łączyć nowe niemagerskie punkty kartonowe z różnych państw.

(e) W celu osiągnięcia statusu Eagle Managera, Manager może łączyć Eagle Managerów w swojej strukturze z różnych państw.

6.2 Eagle Managerowie zostaną uznani i nagrodzeni wyjazdem na lokalny Zjazd Regionalny, co obejmuje przelot dla dwóch osób, zakwaterowanie na trzy doby oraz dwie opaski zjazdowe (bez posiłków).

7. STANOWISKA MANAGERSKIE

7.1 SENIOR MANAGER. Manager Lider, który wykreował co najmniej 2 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje złotą odznakę managerską z 2 granatami oraz tytuł Senior Managera.

7.1.1 SOARING MANAGER. Manager Lider, który wykreował co najmniej 5 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, otrzymuje złotą odznakę managerską z 4 granatami oraz tytuł Soaring Managera. Soaring Manager, który ma w strukturze 5 aktywnych Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, uzyskuje przywilej obniżenia wymogów punktowych w Programie Motywacyjnym: o 40 pk. na Poziomie I, o 50 pk. na Poziomie II oraz o 60 pk. na Poziomie III.

7.2 **Gem Managerowie**

7.2.1 SAPPHIRE MANAGER.

(a) Manager, który wykreował co najmniej 9 Sponsorowanych Uznanych Managerówl generacji, awansuje na stanowisko Sapphire Manager i otrzymuje złotą odznakęz 4 szafirami. Odznaka wręczana jest wyłącznie podczas Forever Success Day lub innego organizowanego przez Firmę spotkania, prowadzonego przez oficjalnego przedstawiciela Firmy.

(b) Dodatkowo Sapphire Manager otrzymuje nagrodę w postaci 4-dniowego, bezpłatnegopobytu w wybranym przez FLP hotelu/ośrodku wypoczynkowym w Polsce.

7.2.2 DIAMOND-SAPPHIRE MANAGER.

(a) Manager, który wykreował co najmniej 17 Sponsorowanych Uznanych Managerówl generacji, awansuje na stanowisko Diamond-Sapphire Manager i otrzymuje na Success Day złotą odznakę z 2 brylantami i 2 szafirami.

(b) Dodatkowo Diamond-Sapphire Manager otrzymuje statuetkę z brązu.

(c) Diamond-Sapphire Manager zostaje również nagrodzony 5-dniową, bezpłatną wycieczką do wybranego przez FLP kraju w Europie.

7.2.3 DIAMOND MANAGER.

(a) Manager, który wykreował co najmniej 25 Sponsorowanych Uznanych Managerówl generacji, otrzymuje tytuł Diamond Manager i złotą odznakę z 1 dużym brylantem.

Dodatkowo Diamond Manager otrzymuje nagrody w postaci:

(b) pierścienia z brylantem,

(c) uchylenia wymogu pk. potrzebnych do Programu Motywacyjnego i Premii Grupowej pod warunkiem, że co najmniej 25 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji jest aktywnych,

(d) tygodniowej, bezpłatnej wycieczki na Zjazd Światowy.

7.2.4 DOUBLE DIAMOND MANAGER.

(a) Manager, który wykreował co najmniej 50 Sponsorowanych Uznanych Managerówl generacji, awansuje na stanowisko Double Diamond Manager.

Dodatkowo Double Diamond Manager otrzymuje nagrody w postaci:

(b) złotej odznaki z 2 dużymi brylantami,

(c) 10-dniowej, bezpłatnej wycieczki do Afryki Południowej,

(d) ekskluzywnego pióra wysadzanego brylantami.

7.2.5 TRIPLE DIAMOND MANAGER.

(a) Manager, który wykreował co najmniej 75 Sponsorowanych Uznanych Managerówl generacji, uzy-

skuje tytuł Triple Diamond Manager.
Otrzymuje on również:
(b) złotą odznakę z 3 dużymi brylantami,
(c) 14-dniową, bezpłatną wycieczkę dookoła świata,
(d) elegancki zegarek (według uznania Biura Głównego FLP Int.),
(e) statuetkę z brązu (według uznania Biura Głównego FLP Int.).

7.2.6 DIAMOND CENTURION MANAGER.
(a) Manager, który wykreował co najmniej 100 Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, uzyskuje tytuł Diamond Centurion Manager.
Dodatkowo Diamond Centurion Manager otrzymuje nagrodę w postaci:
(b) złotej odznaki z 4 dużymi brylantami.

7.2.7. Do awansu na pozycje od Senior do Diamond Centurion Managera, Manager może zaliczyć swoich Sponsorowanych Uznanych Managerów pierwszej generacji ze wszystkich krajów. Jednak każdy z tych Managerów może być liczony tylko raz.

8. PREMIA GEM BONUS

Managerowie Liderzy na wyższych stanowiskach managerskich, którzy zakwalifikowali się do otrzymania Premii Lidera, mogą również zakwalifikować się do otrzymania Premii Gem Bonus, spełniając następujące wymogi:

8.1 Manager Lider, który w danym miesiącu ma co najmniej 9 aktywnych Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji w kraju, otrzyma dodatkowo Premię Gem Bonus, tj. 1% premii od zakupów swoich Managerów I, II i III generacji oraz ich grup (razemz Premią Lidera 7%–4%–3%). Managerowie Wstępujący, Transferowani i Nieuznani nie są Sponsorowanymi Managerami.

8.2 Manager Lider, który w danym miesiącu ma co najmniej 17 aktywnych Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji w kraju, otrzyma dodatkowo Premię GemBonus, tj. 2% premii od zakupów swoich Managerów I, II i III generacji oraz ich grup(razem z Premią Lidera 8%-5%-4%).

8.3 Manager Lider, który w danym miesiącu ma co najmniej 25 aktywnych Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji w kraju, otrzyma dodatkowo Premię GemBonus, tj. 3% premii od zakupów swoich Managerów I, II i III generacji oraz ich grup (razem z Premią Lidera 9%–6%–5%).

8.4 Dystrybutorzy zagraniczni mogą się liczyć do Gem Bonus pod warunkiem, że uzyskająrekwalifikację na Managerów Sponsorowanych w danym kraju. Kiedy uzyskają taką kwalifikację, potwierdzoną raportem z Biura Głównego w swoim kraju zamieszkania, będą uznaniza aktywnych i mogą być zaliczani przez swoich sponsorów do kwalifikacji do Gem Bonus.

8.5 W ramach Sponsoringu Międzynarodowego Gem Bonus wypłacana jest przez każdy krajw oparciu o aktywność Managera w danym kraju. Dlatego aby zakwalifikować się do Gem Bonus w którymkolwiek z państw, należy mieć wymaganą liczbę aktywnych Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji w tym państwie, w miesiącu,w którym uzyskuje się kwalifikację do Premii.

9. PROGRAM MOTYWACYJNY

9.1 Wszystkie programy motywacyjne mają na celu promowanie prowadzenia działalności dystrybutorskiej

zgodnej z polityką Firmy, motywowanie do aktywnego sponsorowania, kupowania i dalszej sprzedaży produktów FLP. Punktów i nagród konkursowych nie można przekazać innej osobie – przyznawane są one wyłącznie Dystrybutorom, którzy budują swój biznes w duchu FLP oraz w zgodzie z zasadami Planu Marketingowego i Zasadami Działalności.

9.1.1 Odznaki oraz wyjazdy na Światowy Zjazd FLP przyznawane są wyłącznie Dystrybutorom, których dane widnieją na Umowie Dystrybutora.

9.1.2 Na wyjazdy na wycieczki będące firmową nagrodą, w tym wyjazdy na Super Rally FLP i Post Rally z kwalifikacją 1500 pk. i 2500 pk., Dystrybutor może, jeżeli nie ma współmałżonka lub współmałżonek nie może uczestniczyć w wyjeździe, zabrać inną osobę pełnoletnią i uprawnioną do bycia dystrybutorem. Wycieczki stanowiące nagrodę za osiągnięcie awansu na pozycję Gem Managera, w tym wyjazdy dla Sapphire, Diamond-Sapphire, Double-Diamond i Triple-Diamond Managerów to wycieczki przyznawane Dystrybutorowi wraz ze współmałżonkiem. Takie same zasady jak powyżej dotyczą zabierania gościa.

9.2 Do uczestnictwa w Programie Motywacyjnym uprawniony jest każdy aktywny UznanyManager. Nagrody wynikające z Programu Motywacyjnego wypłacane są osobie figurującej na zarejestrowanym w Biurze Głównym FLP Poland oryginale Umowy Dystrybutorskiej FLPP.

9.3 Uczestnik Programu Motywacyjnego otrzymuje od FLP Poland dodatkową premię z przeznaczeniem na finansowanie zakupu lub leasingu dowolnie wybranego przez uczestnika środka trwałego. Dystrybutorzy z reguły przeznaczają premie z Programu Motywacyjnego na zakup samochodu, mieszkania lub domu.

9.4 Dostępne są trzy poziomy Programu Motywacyjnego:
– Poziom I: Firma wypłacać będzie równowartość maksymalnie 400 USD miesięcznie
– Poziom II: Firma wypłacać będzie równowartość maksymalnie 600 USD miesięcznie
– Poziom III: Firma wypłacać będzie równowartość maksymalnie 800 USD miesięcznie.
Premia z tytułu uczestnictwa w Programie Motywacyjnym wypłacana jest przez okres nie dłuższy niż 36 miesięcy od momentu zakwalifikowania się do Programu.

9.5 Kwalifikacja na określony poziom uzależniona jest od ilości pk. osobistych i grupowych zgromadzonych przez Dystrybutora w ciągu 3 kolejnych miesięcy.

9.6 Kwalifikacja przebiega następująco:

	Poziom I	Poziom II	Poziom III
Miesiące kwalifikacji	Ilość pk. wymaganych do kwalifikacji		
pierwszy	50	75	100
drugi	100	150	200
trzeci	150	225	300

9.7 Dystrybutor, który zakwalifikował się na określony poziom Programu Motywacyjnego, powinien w ciągu trwania Programu utrzymywać wielkość pk. wymaganą w trzecim miesiącu kwalifikacji. W przypadku niedopełnienia tego wymogu premia z tytułu uczestnictwa w Programie Motywacyjnym będzie naliczona zgodnie z faktycznie osiągniętąw danym miesiącu wielkością pk. i wyniesie równowartość 2,66 USD za 1 pk., przy czym obrót grupowy musi wynosić minimum 50 pk.

9.8 Jeżeli obrót grupowy uczestnika Programu wyniesie w danym miesiącu mniej niż 50 pk., premia wynikająca z Programu Motywacyjnego nie zostanie za ten miesiąc wypłacona. Jeżeli w kolejnym miesiącu kalendarzowym obroty grupowe uczestnika Programu wzrosną do co najmniej 50 pk., premia wynikająca z Programu Motywacyjnego zostanie wypłacona zgodnie z paragrafem 9.7.

9.9 Pk. grupowe Managera-uczestnika Programu Motywacyjnego naliczane są zgodniez zasadami podziału punktów w Premii Lidera, tj. 100% pk. osobistych i niemanagerskich, 40% pk. Managera I generacji i jego grupy, 20% pk. Managera II generacjii jego grupy, 10% pk. Managera III generacji i jego grupy.

9.10 Managerowie-uczestnicy Programu Motywacyjnego, mający w strukturze co najmniej5 aktywnych Uznanych Managerów I generacji, uzyskują przywilej obniżenia wymogów punktowych w trzecim miesiącu kwalifikacji oraz w kolejnych miesiącach uczestnictwaw Programie, zgodnie z poniższą tabelą:

	Liczba aktywnych Uznanych Managerów I generacji				
	od 5 do 9	od 10 do 14	od 15 do 19	od 20 do 24	25 i więcej
	Wymagana ilość pk. w trzecim miesiącu kwalifikacji i następnych miesiącach uczestnictwa w Programie Motywacyjnym				
Poziom I	110	70	30	0	0
Poziom II	175	125	75	25	0
Poziom III	240	180	120	60	0

** Do obniżenia wymaganej wielkości pk. nie liczą się Managerowie Nieuznani,Wstępujący i Transferowani.*

9.11 Po zakwalifikowaniu się na określony poziom Programu Motywacyjnego Dystrybutor może rozpocząć przekwalifikowywanie się na wyższy poziom już w czwartym miesiącu uczestnictwa w Programie Motywacyjnym.

Przykład: *Dystrybutor, który zakwalifikował się na poziom I w okresie styczeń – luty – marzec, już w okresie kwiecień – maj – czerwiec może rozpocząć kwalifikację na poziom II lub III.*

9.12 Po zakończeniu 36. miesiąca uczestnictwa w Programie Motywacyjnym Dystrybutor może starać się o ponowną kwalifikację do Programu, zgodnie z wymogami punktowymi przedstawionymi powyżej. Do kwalifikacji zaliczyć można wielkości pk. osiągnięte w ciągu dowolnych 3 kolejnych miesięcy w 6-miesięcznym okresie poprzedzającym zakończeniepoprzedniego 36-miesięcznego uczestnictwa w Programie Motywacyjnym.

10. SUPER RALLY FLP

10.1 Dystrybutorzy, którzy spełnią minimalne roczne wymogi od 1500 pk. wzwyż,w okresie od 1 kwietnia do 31 marca następnego roku, zakwalifikują się do bezpłatnego wyjazdu na następny Super Rally FLP i otrzymają na ten wyjazd kieszonkowe. Do zrealizowania wymogu 1500 pk. lub wyższego, Dystrybutor może łączyć punkty kartonowe ze wszystkich krajów, w których ma grupy. Każdy z Dystrybutorów ma obowiązek dostarczyć do swojego Biura Krajowego dowód potwierdzający wypracowanie punktów kartonowych w innych krajach, w terminie do 30 kwietnia. Aby skorzystać z tej nagrody, Dystrybutor musi uczestniczyć w zjazdowych szkoleniach i spotkaniach motywacyjnych.

10.2 Managerowie, którzy osiągną 1500 pk. kwalifikują się do:
(a) Udziału w Super Rally na koszt Firmy.
(b) Otrzymania 500$ kieszonkowego, wręczanych wyłącznie podczas Zjazdu.
(c) Udziału w wycieczce Post Rally Tour na koszt Firmy (tylko jeden raz).

10.2.1 Managerowie, którzy osiągną 2500 pk. kwalifikują się do:
(a) Udziału w Super Rally na koszt Firmy.
(b) Otrzymania 1000$ kieszonkowego, wręczanych wyłącznie podczas Zjazdu.
(c) Udziału w wycieczce Silver Post Rally Tour na koszt firmy.

10.2.2 Managerowie, którzy osiągną 5000 pk. kwalifikują się do:
(a) Udziału w Super Rally na koszt Firmy.
(b) Otrzymania 2000$ kieszonkowego, wręczanych wyłącznie podczas Zjazdu.
(c) Prawa korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
(d) Udziału w wycieczce Silver Post Rally Tour na koszt firmy.

10.2.3 Managerowie, którzy osiągną 7500 pk. kwalifikują się do:
(a) Udziału w Super Rally na koszt Firmy.
(b) Otrzymania 3000$ kieszonkowego, wręczanych wyłącznie podczas Zjazdu.
(c) Prawa korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
(d) Udziału w wycieczce Silver Post Rally Tour na koszt firmy.
(e) Zaproszenia do udziału w dorocznym Eagle Summit na koszt Firmy.

10.2.4 Managerowie, którzy osiągną 10 000 pk. kwalifikują się do:
(a) Udziału w Super Rally na koszt Firmy.
(b) Przelotu na Zjazd klasą biznesową.
(c) Otrzymania 3000$ kieszonkowego, wręczanych wyłącznie podczas Zjazdu.
(d) Prawa korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
(e) Udziału w wycieczce Silver Post Rally Tour na koszt firmy.
(f) Zaproszenia do udziału w dorocznym Eagle Summit na koszt Firmy.

10.2.5 Managerowie, którzy osiągną 12 500 pk. kwalifikują się do:
(a) Udziału w Super Rally na koszt Firmy.
(b) Przelotu na Zjazd klasą biznesową.
(c) Otrzymania 12 500$ kieszonkowego, wręczanych wyłącznie podczas Zjazdu.
(d) Prawa korzystania z sekcji VIP w zjazdowym punkcie sprzedaży.
(e) Udziału w wycieczce Silver Post Rally Tour na koszt firmy.
(f) Zaproszenia do udziału w dorocznym Eagle Summit na koszt Firmy.

10.3(a) Dotyczy tylko Silver Post Rally: Dystrybutorzy, którzy uzyskali kwalifikację, mogą zabrać na wyjazd dzieci pod następującymi warunkami:
(b) Koszty transportu, zakwaterowania, posiłków oraz inne koszty związane z pobytemdzieci pokrywa Dystrybutor,
(c) Dzieci nie mogą uczestniczyć w posiłkach oraz innych imprezach zjazdowych, takich jak np. wycieczki w ciągu dnia, spotkania na plaży itp.,
(d) Firma nie jest w stanie zapewnić dzieciom miejsca w samolotach czarterowych, dlatego Dystrybu-

torzy muszą zapewnić dzieciom odrębny środek transportu. Jeżeli Dystrybutor musi podróżować razem z dzieckiem, będzie musiał także pokryć koszt swojego biletu.

10.4 (a) Dystrybutor może uzyskać kwalifikację w kraju zamieszkania, uprawniającą do następujących nagród związanych z Super Rally:
(b) 1250 pk. (dotyczy tylko Dystrybutorów z USA i Kanady) – jeden bilet lotniczy, zakwaterowanie w hotelu podczas Zjazdu (3 noce), posiłki oraz dwa bilety na Zjazd.
(c) 1000 pk. – zakwaterowanie w hotelu podczas Zjazdu (3 noce) oraz dwa bilety na Zjazd.
(d) 750 pk. – zakwaterowanie w hotelu na 1 noc oraz dwa bilety na Zjazd.
(e) 500 pk. – dwa bilety na Zjazd.
(f) 250 pk. – jeden bilet na Zjazd.

10.5 Do uzyskania nagród związanych z Super Rally na poziomie poniżej 1500 pk. punkty osiągnięte w kraju i za granicą nie są sumowane.

10.6 Grupowe punkty kartonowe wygenerowane w miesiącu, w którym Dystrybutor nie zrealizował wymogu aktywności nie będą wliczane do puli punktów do kwalifikacji na Super Rally; jednak punkty kartonowe, wypracowane przez Dystrybutora osobiście, będą się liczyły niezależnie od statusu aktywności.

11. STATUS MANAGERA I REKWALIFIKACJE

Manager Wstępujący:

11.1 W przypadku rozwiązania Umowy Dystrybutorskiej z Managerem cała jego struktura dystrybutorska przejmowana jest przez sponsora rezygnującego Managera. Układ generacjiw tej strukturze pozostaje niezmieniony.

11.2 Jeśli rezygnujący Manager był Sponsorowanym Uznanym Managerem i także posiadał w swojej strukturze Sponsorowanych Uznanych Managerów I generacji, uzyskują oni – wobec nowego sponsora – status Managerów Wstępujących, jednakże ich nowy sponsor ma prawo wybrać jednego z nich na swojego Managera Sponsorowanego.

11.3 Manager Wstępujący zachowuje prawa związane z własnymi premiami osobistymi i grupowymi. Nowy sponsor Managera Wstępującego nie ma prawa zaliczania aktywności tego Managera przy spełnianiu wymogów, związanych ze zdobywaniem wyższych odznak managerskich, Premią Gem Bonus i Programem Motywacyjnym ani innymi programami promocyjnymi.

Manager Transferowany:

11.4 Manager, który został zasponsorowany międzynarodowo do kraju innego niż kraj zamieszkania, uzyskuje status Managera Transferowanego. Manager Transferowany zachowuje wszelkie prawa związane z własnymi premiami osobistymi i grupowymi. SponsorManagera Transferowanego nie ma prawa zaliczania tego Managera przy spełnianiu wymogów związanych ze zdobywaniem wyższych odznak managerskich, Premią Gem Bonusi Programem Motywacyjnym ani innymi programami promocyjnymi.

Wymogi aktywności:

11.5 Supervisorzy, Asisstant Managerowie i Managerowie, którzy w danym miesiącu nie byliaktywni (*patrz 2.5*), nie są uprawnieni do otrzymania premii grupowej za ten miesiąci nie mają w nim statusu „Aktywnego Dystrybutora".

W takim przypadku niewypłacona Dystrybutorowi premia przechodzi do pierwszegoz jego aktywnych sponsorów. Dystrybutor, który w wyniku nieaktywności utracił prawo do otrzymania premii grupowej, może je odzyskać już w następnym miesiącu pod warunkiem spełnienia wymogu aktywności. Kwalifikacja nie działa wstecz i nie obejmuje miesięcy, w których Dystrybutor nie był aktywny.

11.6 Wszystkie punkty kartonowe naliczane są za miesiąc kalendarzowy, np. od 1 do 31stycznia.

Procedury rekwalifikacji:

11.7 (a) Manager Nieuznany rekwalifikuje się jako Manager Uznany, kiedy spełni następującewarunki:

(b) spełni wymóg aktywności 4 pk. (*patrz 2.5*) w miesiącach rekwalifikacji,

(c) zgromadzi 120 pk. z zakupów osobistych i grupowych niemanagerskich w ciągu jednego lub dwóch kolejnych miesięcy kalendarzowych. Nieuznany Manager może wykorzystać niezwiązane z awansem sponsorowanego przez siebie Managera pk. z ostatniego miesiąca swojego awansu na pozycję Nieuznanego Managera pod warunkiem, że kwalifikacja nastąpi w miesiącu bezpośrednio po nim następującym,

(d) od dnia, w którym Manager uzyskał 120 pk. osobistych i niemanagerskich, kwalifikujesię do naliczania Premii Lidera oraz pk. do Premii Lidera wynikających z zamówieńzłożonych po tym dniu pod warunkiem, że kwalifikuje się jako Manager Lider (*patrz rozdz. 5*).

11.8 (a) Manager Transferowany lub Wstępujący rekwalifikuje się jako Manager Sponsorowany,kiedy spełni następujące warunki:

(b) zgromadzi 120 pk. z zakupów osobistych i grupowych niemanagerskich w ciągu jednego lub dwóch kolejnych miesięcy kalendarzowych,

(c) spełni wymóg aktywności 4 pk. (*patrz 2.5*) w miesiącach gromadzenia 120 pk.,

(d) jeżeli rekwalifikacja odbywa się za granicą, należy spełnić wymóg aktywności 4 pk. (*patrz 2.5*) albo w kraju zamieszkania, albo w kraju, w którym realizowana jest rekwalifikacja na stanowisko Managera Sponsorowanego.

12. RESPONSORING

12.1 Prawo do wystąpienia o responsoring, czyli o zmianę pierwotnego sponsora, ma Dystrybutor, który przez co najmniej 24 miesiące od zarejestrowania umowy:

- nie zakupił żadnego produktu FLP – ani bezpośrednio od Firmy, ani od Dystrybutora FLP,
- nie otrzymał z tytułu powstrzymania się od działalności żadnych korzyści finansowych od Dystrybutora FLP,
- nie zasponsorował żadnego nowego Dystrybutora.

Dystrybutor zamierzający zmienić sponsora ma obowiązek złożenia potwierdzonego notarialnie oświadczenia o spełnieniu wymogów responsoringu oraz nowej Umowy Dystrybutorskiej zawieranej z nowym sponsorem. Druk oświadczenia dostępny jestw Biurze Głównym FLP Poland. Zgodę na responsoring wydaje Dyrekcja FLP Poland po sprawdzeniu wszystkich dostępnych danych dotyczących działalności Dystrybutoraw ciągu ostatnich 24 miesięcy.

12.2 Responsorowany Dystrybutor wznawia działalność pod nowym sponsorem jako Nowy Dystrybutor i dokonuje zakupów w cenach NDP. Responsorowany Dystrybutor traci dotychczasową strukturę

wypracowaną we wszystkich krajach, w których był sponsorowany. Oznacza to, że Dystrybutor Responsorowany wznawia działalność pod nowym sponsorem nie tylko w kraju zamieszkania, ale również we wszystkich innych państwach. Dystrybutor Responsorowany nie liczy się do realizacji wymogów sponsorskich w Programie Podziału Zysków. Będzie się on liczył do realizacji wymogów sponsorskich w programach promocyjnych Eagle Manager oraz Zjazd Regionalny.

13. ZAMAWIANIE PRODUKTÓW

13.1 Każdy Dystrybutor zamawia produkty bezpośrednio od Firmy. Od 1 sierpnia 2009 wszystkie osoby na stanowisku Nowego Dystrybutora dokonują zakupów w cenie NDP (*New Distributor Prices* – ceny dla Nowych Dystrybutorów) (NDP = 15% zniżki od ceny detalicznej). Kiedy Dystrybutor (niezależnie od stanowiska) osobiście zakupi produkty o wartości co najmniej 2 pk. w ciągu dwóch kolejnych miesięcy, zaczyna następnie kupować produkty w cenie hurtowej. Różnica między NDP a ceną hurtową tych 2 pk. zostanie wypłacona bezpośredniemu sponsorowi.

13.2 Warunki płatności:

– FLPP nie kredytuje zakupów,

– bezpośrednio w Centrach Produktów płatność za towar przyjmowana jest w gotówcelub kartą kredytową,

13.3 Minimalna wartość zamówienia wynosi 250 PLN (z wyjątkiem pierwszego zamówieniao wartości minimum 400 PLN).

13.4 Firma uznawać będzie również zamówienia złożone w Centrum Produktów w Warszawie:

– 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*

13.5 Dystrybutor zobowiązany jest w momencie zakupu sprawdzić zgodność odebranych produktów z fakturą. Wszelkie zastrzeżenia należy natychmiast zgłosić do CentrumProduktów. 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 maprawo dokonać odpowiedniej, zgodnej z Zasadami Działalności korekty w naliczeniu premii, a awanse uzyskane z tytułu tego zakupu nie zostaną uznane.

13.6 Aby zamówienie składane telefonicznie, za pośrednictwem faxu lub poczty elektronicznej 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.

13.7 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 Centrum Produktów.

13.8 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.

13.9 Dystrybutorzy mają prawo zakupu produktów FLP w celu ich wykorzystania na własny użytek lub do odsprzedaży na terenie kraju zamieszkania. Dystrybutorzy nie mają prawa bez pisemnej zgody Biura Głównego FLP w Scottsdale w Arizonie w USA eksportowania produktów FLP inaczej, jak tylko na użytek własny i swojej rodziny, wyłącznie do państw, w których nie ma autoryzowanego biura FLP.

13.10 Dystrybutor nie może bez pisemnej zgody Biura Głównego FLP Poland zamówić więcej niż 25 pk. w ciągu jednego miesiąca kalendarzowego.

13.11 **Zakaz wykupywania premii.** Wykupywanie premii jest ściśle zabronione. Pojęcie „wykupywanie premii" obejmuje: (a) rekrutowanie osób i/lub wypełnianie Umowy Dystrybutora za te osoby bez ich wiedzy; (b) nieuczciwa rekrutacja osoby jako Dystrybutora; (c) rekrutowanie lub próby rekrutowania nieistniejących osób („fantomów") jako Dystrybutorów lub Klientów w celu uzyskania kwalifikacji do prowizji lub premii; (f) jakiekolwiek inne działania, poprzez które dokonywane są strategiczne zakupyw celu zwiększenia prowizji lub premii, podczas gdy Dystrybutor nie ma uczciwych intencji wykorzystania zakupionych produktów.

14. WYMOGI PRAWNE

14.1 **Bycie niezależnym Dystrybutorem:**

14.1.1 Dystrybutor FLP Poland prowadzi działalność na własny rachunek i własną odpowiedzialność. Każdy Dystrybutor od momentu podpisania Umowy Dystrybutorskiej zobowiązany jest do prowadzenia swojej działalności zgodnie z Zasadami Działalności FLPPoland oraz obowiązującymi przepisami prawa.

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

14.1.3 Małżonkowie zamierzający prowadzić działalność dystrybutorską zobowiązani są prowadzić tę działalność wspólnie, muszą zatem zostać zasponsorowani razem, na jednej Umowie Dystrybutora, i otrzymują jeden wspólny numer identyfikacyjny FLP Poland. Każda prośba o dopisanie lub usunięcie jednego ze współmałżonkówz istniejącego stosunku dystrybutorskiego musi być skierowana do Biura Głównego FLPP na piśmie i podpisana przez obie strony, których zmiana dotyczy. Prośby nie podpisane przez obydwie strony nie będą rozpatrywane. 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 Działalności Firmy podjętych przez współmałżonka nie będącego Dystrybutorem. Firma przesyła korespondencję i wypłaty Dystrybutorowi wpisanemu na pierwszym miejscu, na adres podany na Umowie Dystrybutorskiej. Dystrybutorzy łącznie przyjmują wspólną odpowiedzialność prawną i działania jednego z nich są wiążące dla obydwojga. Wszystkie wypłaty dokonywane na rzecz jednego z Dystrybutorów traktowane są przez FLP Poland jako wypłaty na rzecz obydwojga.

14.1.4 Dystrybutorem FLP Poland może zostać tylko pełnoletnia osoba fizyczna, zasponsorowana przez innego Dystrybutora. Umowa Dystrybutorska może zostać zarejestrowana tylko i wyłącznie po uprzednim uzyskaniu akceptacji Biura Głównego FLP Poland. Oryginał Umowy Dystrybutorskiej z nadanym numer identyfikacyjnym przechowywany jestw Biurze Głównym, natomiast kopie otrzymują Dystrybutor i jego sponsor.

14.1.5 FLP Poland, wprowadzając Umowę Dystrybutorską do bazy danych, zgadza się sprzedawać podpisanej na niej osobie produkty i wypłacać premie, zgodnie z Planem Marketingowym i Zasadami Działalności, pod warunkiem, że Dystrybutor nie narusza zasad umowy z Firmą.

14.1.6 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 obowiązującychw danym kraju oraz podlegać polityce rozwiązywania sporów jak opisano dalej.

14.2 **Zasady Działalności FLP Poland:**

14.2.1 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.

14.2.2 Każdy Dystrybutor ma obowiązek zapoznać się z Zasadami Działalności FLP Poland.

14.2.3 Podpisanie Umowy Dystrybutorskiej stanowi zobowiązanie do przestrzeganiaZasad Działalności FLP Poland. Dokonanie pierwszego zakupu w FLPP jest dodatkowym potwierdzeniem tego zobowiązania.

14.2.4 Jakiekolwiek, za wyjątkiem dziedziczenia, przeniesienie praw dystrybutorskich jest sprzeczne z Zasadami Działalności. Takie przeniesienie, które nie uzyskało pisemnej zgody Biura Głównego FLP Poland, będzie nieważne. Na potrzeby niniejszej klauzuli, zmiana funduszu interesu beneficyjnego dystrybutora FLP będzie traktowana jako przeniesienie praw, wymagające, pod rygorem nieważności, pisemnej aprobaty Firmy.

14.2.5 Produkty FLP oraz materiały reklamowe, promocyjne i informacyjne wydawane przez FLP Poland nie mogą być wystawiane i sprzedawane w sklepach, aptekach, komisach, na bazarach oraz w innych punktach sprzedaży detalicznej. Od czasu do czasu Firma zezwala na organizowanie akcji promocyjnych przedstawiających Firmę podczas targów, wystaw i tego typu imprez. Akcje te mają mieć charakter tymczasowy, co oznacza, że muszą trwać krócej niż jeden tydzień i nie mogą być prowadzone w jednym miejscu częściej niż raz na rok. Każdorazowo przed podjęciem akcji promocyjnej należy uzyskać akceptację Działu Marketingu FLP Poland. Dystrybutorzy FLP Poland, będący jednocześnie właścicielami zakładów usługowych (np. salonów kosmetycznych, fryzjerskich, gabinetów stomatologicznych i salonów odnowy biologicznej), mają prawo wystawiać tam i sprzedawać produkty FLP. Jednakże i w tym przypadku reklama zewnętrzna i wystawianie produktów w oknach wystawowych jest niedozwolone. Produkty mogą być promowane i sprzedawane na porcje w kawiarniach i restauracjach.

14.2.6 Kupowanie produktów na inny numer dystrybutorski lub kupowanie produktóww ilościach przekraczających bieżące potrzeby związane ze sprzedażą jest niedozwolone i może doprowadzić do utraty premii i kwalifikacji lub rozwiązania Umowy Dystrybutora.

14.2.7 W przypadku, gdy współmałżonek dystrybutora nie uczestniczy w wycieczce stanowiącej firmową nagrodę, dystrybutorowi może towarzyszyć inna osoba, pod warunkiem, że jest to dystrybutor lub osoba uprawniona do bycia dystrybutorem. Pojęcie wycieczek będących firmową nagrodą ograniczone jest do: udziału w Super Rally, Post Rally i Silver Post Rally od kwalifikacji 1500 pk. wzwyż, wycieczek dla Sapphire, Diamond-Sapphire, Double-Diamond i Triple-Diamond Managerów oraz udziału w Zjeździe Europejskim. We wszystkich innych wycieczkach fundowanych przez Firmę mogą uczestniczyć wyłącznie dystrybutorzy, których dane widnieją na Umowie Dystrybutora.

14.2.8 Dystrybutorzy FLP nie mogą dyskredytować innych Dystrybutorów, produktów/usług FLP, Planu Marketingu i Wynagrodzeń ani 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.

14.3 **Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej przez Firmę:**

14.3.1 Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej oznacza zakończenie działalności i utratęw trybie natychmiastowym wszystkich praw Dystrybutora w ramach sposoringu krajowego i międzynarodowego, w tym stanowiska osiągniętego w Planie Marketingowym, prawa do dokonywania zakupów bezpośrednio od FLP, prawa do dystrybucji produktów FLP, prawa do sponsorowania oraz prawa do otrzymywania premii i nagród.

14.3.1.1 Po upływie dwóch lat Dystrybutor, którego Umowa została rozwiązana może ubiegać się o ponowną akceptację Umowy przez Biuro Główne. W przypadku uzyskania akceptacji zostanie on wprowadzony na stanowisku Nowego Dystrybutora, a jego poprzednia struktura nie zostanie mu przywrócona.

14.3.2 W następstwie rozwiązania umowy przez Firmę Dystrybutor jest zobowiązany na życzenie FLPP zwrócić lub zrekompensować premie otrzymane po dacie podjęcia przez niego działań zakończonych rozwiązaniem umowy. Jeżeli Dystrybutor zakwalifikował się do otrzymania premii, ale nie zostały mu one przekazane przed rozwiązaniem umowy, zostaną one wypłacone następnemu nadsponsorowi, który postępuje zgodnie z Zasadami Działalności.

14.3.3 Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej może nastąpić w efekcie poczynań niezgodnych z Zasadami opisanymi w niniejszej broszurze. Kiedy Firma lub pracownik dowie się o takich działaniach, Dystrybutor otrzyma pisemne ostrzeżenie wzywające do zaprzestania łamania Zasad Działalności. Firma zastrzega sobie prawo do rozwiązania Umowy Dystrybutorskiej w przypadku, gdy Dystrybutor nie zaprzestanie działalności szkodliwej i nie zobowiąże się na piśmie do postępowania wg zasadi polityki FLP Poland. Podstawą rozwiązania przez FLP Poland Umowy Dystrybutorskiej może być przede wszystkim, choć nie tylko:

14.3.3.1 (a) FLP to Firma zbudowana na jakości produktów oraz ich użyteczności dla konsumentów. Niedozwolone jest kupowanie produktów lub zachęcanie innych Dystrybutorów do kupowania produktów wyłącznie w celu kwalifikacji do uzyskania premii. Aby upewnić się, że nie są dokonywane nadmierne zakupy produktów:

(b) Przyjmuje się, że przed sprzedaniem 75% posiadanych przez Dystrybutora zapasów nie powinien on dokonywać następnych zakupów. Dystrybutor zobowiązany jest do prowadzenia dokumentacji sprzedaży detalicznej oraz dokumentacji dotyczącej posiadanych zapasów towaru. W uzasadnionych przypadkach FLP Poland ma prawo zażądać od Dystrybutora przedłożenia do wglądu tej dokumentacji.

(c) Firma stosuje zasadę zwrotu pieniędzy za produkty w przypadku rozwiązania UmowyDystrybutorskiej, jednak nie odkupi i nie dokona zwrotu pieniędzy za produkty, któreuprzednio zadeklarowano jako sprzedane lub zużyte. Przedstawienie fałszywej ilości produktów sprzedanych lub zużytych w celu uzyskania awansuw Planie Marketingowym stanowi podstawę do rozwiązania przez Firmę Umowy Dystrybutorskiej.
(d) Aby zniechęcić Dystrybutorów do nakłaniania innych Dystrybutorów do „obchodzenia" zasady nierobienia nadmiernych zakupów produktów, Firma potrącisponsorom Dystrybutora, z którym została rozwiązana Umowa, premie naliczonena podstawie zakupu produktów zwracanych przez tego Dystrybutora.
(e) Dodatkowo do prowadzonej przez siebie sprzedaży detalicznej, Dystrybutorzy mogą sprzedawać produkty jedynie swoim bezpośrednio zasponsorowanym Dystrybutorom, 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. Ekwiwalent w postaci punktów kartonowych wynikający z takiej niedozwolonej sprzedaży nie zostanie zaliczony na poczet realizacji wymogu Aktywności ani wymagań kwalifikacyjnych do jakichkolwiek innych korzyści w programie Marketingowym. W przypadku takiej działalności dokonane zostaną stosowne korekty. Dodatkowo, Dystrybutorzy zaangażowani w taką niedozwoloną działalność podlegają rozwiązaniu Umowy.

14.3.3.2 Prowadzenie działalności zakazanej we wszystkich paragrafach punktów 14.9,14.11, 14.14 oraz w punktach 14.12 i 14.13 niniejszych Zasad Działalności.

14.3.3.3 Udzielanie wypowiedzi, wywiadów oraz występowanie z nazwiska i imienia w jakichkolwiek materiałach reklamowych, promocyjnych i informacyjnych innych firm marketingowych.

14.3.3.4 Wystawianie i sprzedaż produktów FLP oraz firmowej literatury w punktach handlu detalicznego oraz na bazarach i targowiskach lub naruszenie polityki dotyczącej internetui/lub wytycznych dotyczących reklam i promocji.

14.3.3.5 Świadome angażowanie się w działalność, która mogłaby mieć negatywny wpływ na FLP i narażałaby Firmę i jej Dystrybutorów na jakiekolwiek straty.

14.3.3.6 Dystrybutorzy nie będą czynić 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 jakiejkolwiek choroby ani też jej zapobieganiu. 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.

14.3.3.7 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 wysiłkui zaangażowania tego Dystrybutora oraz szkolenia i nadzoru jakie zapewnia swojej strukturze w ramach biznesu FLP.

14.4 **Rozwiązywanie sporów:**

14.4.1 W przypadku sporu dotyczącego jakiegokolwiek związku z lub pomiędzy Forever Living Products lub

powiązanych z nią podmiotów (FLP), jej zarządem, pracownikami, dystrybutorami lub kontrahentami, lub dotyczącego któregokolwiek z produktów sprzedawanych przez FLP lub powiązane z nią podmioty, oczekuje się od obydwu stron, że w dobrej wierze podejmą próby rozwiązania takiego sporu w sposób przyjazny i obopólnie satysfakcjonujący.

Jeżeli różnice nie mogą być rozwiązane na drodze mediacji, strony zgadzają się, żew celu wspierania w pełnym możliwym zakresie wzajemnego, przyjaznego rozstrzygnięcia sporu w odpowiednim czasie, w sposób skuteczny i opłacalny, przekażą swoje odnośne 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 rozstrzygania 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.

14.4.2 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 arbitraż w Maricopa County w Arizonie, zgodnie z bieżącą polityką rozwiązywania sporów FLP USi Forever Living Products Int. opisaną powyżej oraz opublikowaną na stronie biura głównego FLP pod adresem www.foreverliving.com.

14.5 Rozwiązanie Umowy Dystrybutorskiej przez Dystrybutora:

14.5.1 Jeżeli Dystrybutor chce rozwiązać Umowę Dystrybutorską, może to uczynić w dowolnym momencie, wysyłając listem poleconym na adres Biura Głównego FLP Poland stosowne pismo. Z chwilą wprowadzenia rezygnacji przez Biuro Główne FLP Poland Umowę Dystrybutorską uważa się za rozwiązaną i nieważną zarówno w kraju zamieszkania, jak i we wszystkich krajach, na jakie Dystrybutor jest zasponsorowany. Każdy Dystrybutor, który rezygnuje z działalności i rozwiązuje Umowę Dystrybutorską, może podjąć ponowną współpracę z Firmą dopiero po upływie dwóch lat od daty zatwierdzenia przez Biuro Główne FLP Poland pisemnej rezygnacji z działalności. Wznowienie współpracy wymaga akceptacji Biura Głównego. W przypadku uzyskania takiej akceptacji Dystrybutor zostanie wprowadzony na stanowisku Nowego Dystrybutora, a jego poprzednia struktura nie zostanie mu przywrócona.

14.5.2 Gdy Dystrybutor rozwiązuje Umowę Dystrybutorską, oznacza to również rozwiązanie Umowy z jego współmałżonkiem.

14.6 **Ważność Umów:**

14.6.1 Zmiana sponsora w jakikolwiek sposób inny niż responsoring lub rezygnacjaz działalności sponsora jest niedozwolona. Jeżeli do Biura Głównego FLPP dostarczona zostanie kolejna Umowa z zamiarem zmiany sponsora, nie będzie ona akceptowana. Jedyną uznawaną za ważną Umową Dystrybutorską jest umowa otrzymana przez Biuro Główne jako pierwsza, pod warunkiem, że jest ona zgodnaz aktualnymi Zasadami Działalności. W przypadku otrzymania dwóch Umów Dystrybutora tej samej osoby,

za ważną uznaje się tą, która jako pierwsza wpłynęła do Biura Głównego FLP Poland (decyduje data otrzymani(a). W przypadku otrzymania dwóch Umów tej samej osoby jednocześnie, za ważną uznaje się Umowę opatrzoną wcześniejszą datą podpisania przez Dystrybutora i sponsora.

14.6.2 Niedozwolone jest podpisanie Umowy Dystrybutorskiej i tworzenie struktury przez pełnomocnika, zarówno intencjonalne, jak i nieświadome. W przypadku stwierdz nia takiej sytuacji zostanie ona dostosowana przez Biuro Główne FLP Poland do obowiązujących Zasad Działalności. Decyzja Biura Głównego FLP Poland o rozwiązaniu umowy z Dystrybutorem, o przesunięciu lub korekcie premii, punktów kartonowych, programów promocyjnych itp., wynikających z zaangażowania Dystrybutora w działania lub zaniechania niezgodne z Zasadami Działalności, jest ostateczna.Celowe zaniedbanie lub lekceważenie Zasad Działalności przez Dystrybutora nie będzie dopuszczone, a środki zaradcze mogą obejmować rozwiązanie UmowyDystrybutorskiej oraz postępowanie sądowe.

14.7 **Przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci:**

14.7.1 Dziedziczenie praw po zmarłym Dystrybutorze FLP podlega następującym uwarunkowaniom:

14.1.1.1 Spadkobierca musi być osobą pełnoletnią, zdolną do przejęcia praw i obowiązków Dystrybutora. Spadkobierca musi przedstawić sądowy dokument poświadczający jego prawa jako spadkobiercy zmarłego Dystrybutora.

14.7.1.2 W przypadku gdy spadkobierca jest osobą niepełnoletnią, a sąd wyznaczył prawnego opiekuna osoby niepełnoletniej, opiekun ten za własnym oświadczeniem woli oraz zgodą sądu może przejąć prawa i obowiązki Dystrybutora do momentu osiągnięcia przez spadkobiercę pełnoletności.

14.7.1.3 W przypadku gdy ustanowionych jest kilku spadkobierców, muszą oni wyłonić spośród siebie jedną osobę, która przejmie prawa Dystrybutora; zrzeczenie się praw Dystrybutorskich pozostałych spadkobierców musi być potwierdzone notarialnie.

14.7.1.4 Spadkobierca lub jego prawny opiekun zobowiązany jest do prowadzenia działalności zgodnie z Zasadami Działalności oraz polityką Firmy.

14.7.1.5 Najwyższą dziedziczoną pozycją w Planie Marketingowym Firmy jest pozycja Managera. Natomiast premie będą wypłacane na tym samym poziomie oraz zgodniez tymi samymi wymogami jak wypłacano zmarłemu. Pozycje dystrybutorskieponiżej pozycji Managera są dziedziczone na tym samym poziomie.

14.7.1.6 (a) W przypadku gdy na Umowie Dystrybutorskiej widnieją dwa podpisy, uznaje się, 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 testamencie 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 osobowych w Umowie.

(b) Umowę Dystrybutorską osoby, która pozostaje w związku małżeńskim a naUmowie zaznaczyła rubrykę „żonaty/mężatka", natomiast na Umowie widnieje podpis tylko jednej ze stron, Firma będzie traktowała zgodnie z podpunktem (a)niniejszego punktu.

(c) Umowy Dystrybutora z zaznaczoną rubryką „wolny", na których widnieje tylko jeden podpis będą przez

Firmę traktowane odpowiednio. Jeżeli w stanie cywilnym nastąpi zmiana, Dystrybutor musi przesłać do Biura Głównego nową Umową zawierającą informację o takiej zmianie oraz kopię metryki ślubu. W takim przypadku firma będzie od tej pory traktowała Umowę zgodnie z podpunktem (a) niniejszego punktu. W celu przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci Dystrybutora nie pozostającego w związku małżeńskim wymagany jest zapis testamentowy lub fundusz powierniczy.

(d) Firma traktuje zasady zgodne z podpunktem (a) niniejszego punktu oraz fundusz powierniczy jako legalny sposób przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku śmierci bez konieczności przechodzenia procedury urzędowego zatwierdzania testamentu, by przekazać prawa właściwemu spadkobiercy.

14.8 **Przeniesienia praw dystrybutorskich w przypadku rozwodu:**

14.8.1 Żona i mąż nie mogą wzajemnie się sponsorować. W przypadku zawarcia małżeństwa pomiędzy osobami będącymi Dystrybutorami FLP i mającymi niezależne struktury dystrybutorskie, każde z małżonków może nadal kontynuować własną działalność pod oddzielnymi numerami dystrybutorskimi. W takiej sytuacji nazwisko żadnego ze współmałżonków nie może zostać dodane do numeru dystrybutorskiego drugiego małżonka.

Dystrybutorzy zawierający małżeństwo mogą także podjąć decyzję o rezygnacjiz jednego z numerów dystrybutorskich i dodanie nazwiska rezygnującego dystrybutora do podania drugiego ze współmałżonków. Nie istnieje możliwość połączenia dwóch odrębnych struktur.

14.8.2 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, podpisując Umowę Dystrybutorską. 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.

14.8.3 W przypadku rozwodu osób będących Dystrybutorami FLP, w trakcie trwania sprawyrozwodowej lub o podział majątku Dystrybutorów FLP, FLP Poland kontynuuje wypłacanie należnych premii w taki sam sposób, w jaki były one wypłacane przed rozpoczęciem sprawy rozwodowej lub o podział majątku.

14.8.4 W przypadku rozwodu lub prawnie potwierdzonej separacji, przyznanie praw dystrybutorskich jednej ze stron musi zostać zawarte w klauzuli majątkowej.

Dystrybutor ma obowiązek powiadomić w ciągu 180 dni Biuro Główne FLP Polando zakończeniu sprawy rozwodowej lub o podział majątku.

Prawa dystrybutorskie nie mogą zostać podzielone; tylko jedno z małżonków będących Dystrybutorami FLP może przejąć istniejącą grupę Dystrybutorów, drugie ma wówczas prawo rozpoczęcia działalności oddzielnie pod tym samym sponsorem, na osiągniętym w czasie trwania małżeństwa stanowisku w Planie Marketingowym.

Dystrybutor kontynuujący po rozwodzie działalność od stanowiska Managera otrzymuje status Managera Wstępującego do czasu rekwalifikacji.

14.8.5 FLP, w tym Dyrekcja Firmy, jej udziałowcy, etatowi pracownicy i zatrudnieni współpracownicy (zwani dalej „personelem FLP"), nie ponoszą odpowiedzialności za jakiekolwiek straty Dystrybutorów FLP wynikające z:

– łamania przez Dystrybutorów Zasad Działalności Firmy i postępowania niezgodnegoz polityką FLP,

– przekazywania przez Dystrybutorów personelowi FLP nieprawdziwych danych i informacji,
– niedopełnienia przez Dystrybutorów obowiązku przekazania personelowi FLP danychi informacji koniecznych do właściwego prowadzenia działalności, w tym danych niezbędnych do naliczania i wypłaty premii dystrybutorskich.

Ewentualna odpowiedzialność FLP Poland za sprzedawane produkty obejmuje wyłącznie produkty zakupione przez Dystrybutora od FLP Poland.

Firma ma ubezpieczone Biuro Główne oraz poszczególne Centra Produktów. Ubezpieczenie to nie jest ubezpieczeniem indywidualnych Dystrybutorów prowadzących działalność biznesową. Stosowane ubezpieczenie powinien zapewnić sobie sam Dystrybutor Firmy.

14.9 Polityka dotycząca internetu

14.9.1 **Sprzedaż produktów online.** Każdy Niezależny Dystrybutor FLP będzie miał możliwość zakupu zaaprobowanej przez FLP strony internetowej Niezależnego Dystrybutora dla promowania i sprzedaży produktów online przez bezpośredni link do strony internetowej FLP www.foreverliving.com zawierającej sklep internetowy i opcję My FLP Biz. 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. Materiały marketingowe lub promocyjne FLP, które nie otrzymały pisemnej akceptacji Biura Głównego FLPP nie mogą być wykorzystywane ani sprzedawane przez Dystrybutorów FLP. Działalność e-commerce może być dokonywana tylko bezpośrednio przez link do oficjalnej strony internetowej FLP pod adresem www.foreverliving.com i usługę My FLP Biz. Sprzedaż produktów przez media marketingowe online, pasaże handlowe online czy portale aukcyjne, takie jak między innymi eBay, Amazon.com, Allegro.pl jest zakazana. Dystrybutorzy nie mogą nikomu sprzedawać produktów FLP w celu dalszej odsprzedaży ani też zlecać osobom trzecim sprzedaży produktów FLP. Zaaprobowane przez Firmę strony internetowe Niezależnych Dystrybutorów FLP będą miały zezwolenie na marketing i promocję, ale nie na sprzedaż produktów (E-Commerce) ani na sponsorowanie Dystrybutorów.

14.9.2 **Strony internetowe niezależnych dystrybutorów**

(a) Strony internetowe Niezależnych Dystrybutorów FLP promujące produkty FLP lub szansę na biznes FLP bez prowadzenia sprzedaży i/lub sponsoringu będą dozwolone pod warunkiem, że będą pozostawały w zgodzie lub zostaną zmodyfikowane, by pozostawać w zgodzie z Zasadami Działalności FLP.

(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) Dystrybutorzy nie mogą używać nazwy „Forever Living Products", żadnych znaków towarowych, nazw handlowych, nazw produktów, nazw domen (URL) anikopiować 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 ścisłą własnością FLP i nie mogą być wyko-

rzystywane 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.

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

(e) 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.

14.9.3 **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.

14.10 **Błędy lub pytania**

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

14.11 **Umowa poufności i tajności**

(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 dołożyć starań, by zachować ich poufność oraz powstrzymać się przed wykorzystywaniem ich w celach innych niż zarządzanie swoją strukturą sprzedaży.

(c) W wyniku zawartej umowy dystrybutorskiej, Dystrybutorzy FLP mogą mieć dostęp do informacji prywatnych i poufnych, które niniejszym uznają za należące do, wysoce delikatne i cenne dla biznesu FLP oraz że są im 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 poufny charakter.

14.11.1 **Informacje poufne**

(a) Kiedy FLP udostępnia informacje Niezależnemu Dystrybutorowi FLP, robi to wyłącznie w celu prowadzenia biznesu FLP.

(b) Dystrybutor nie będzie wykorzystywał, ujawniał, powielał ani w żaden inny sposób udostępniał jakichkolwiek Tajemnic Handlowych ani Informacji Poufnych nikomu poza Niezależnymi Dystrybutorami FLP, bez pisemnej zgody FLP.

(c) 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.

(d) Dystrybutor zachowa poufność i bezpieczeństwo Tajemnic Handlowychi Informacji Poufnych w swoim posiadaniu oraz będzie je chronił przed ujawnieniem, nadużyciem, sprzeniewierzeniem lub jakimikolwiek innymi działaniami naruszającymi prawa FLP.

14.12 **Dalsze klauzule restrykcyjne**

Uzyskując od FLP Tajemnicę Handlową lub Informację Poufną, Dystrybutor jednocześnie i nieodłącznie zgadza się, że w okresie obowiązywania umowy dystrybutorskiej 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 ograniczając 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 żaden sposób nie zachęcać takiej osoby do promowania możliwości programów marketingowych jakiejkolwiek firmy sprzedaży bezpośredniej innej niż FLP.

14.13 **Terminy**

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

14.14 **Wytyczne dotyczące reklam i promocji**

14.14.1 **Znaki towarowe, nazwy handlowe, materiały z prawem autorskim i reklamowanie się.** 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.

14.14.2 **Ograniczona licencja uprawniająca do używania znaków firmowych**

(a) 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 zasadi 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.

(b) Znaki te mają dla FLP wielką wartość i są udostępniane każdemu Dystrybutorowi na jego użytek wyłącznie w sposób wyraźnie autoryzowany. 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.

14.14.3 **Materiały promocyjne.** Dystrybutor FLP może rozwinąć swoje własne techniki marketingowe, pod warunkiem, że nie naruszają one żadnych zasad Firmy oraz przepisów prawa. Jeżeli Firma nie udzieliła pisemnego zezwolenia, używanie, produkowanie lub sprzedaż jakichkolwiek narzędzi sprzedaży lub materiałów marketingowych innych niż te dostarczone przez FLP lub posiadające pisemną akceptację FLP innym Dystrybutorom FLP do wykorzystania w promowaniu produktów FLP jest zabronione.

15. PRZEPŁYW INFORMACJI

15.1 By jak najlepiej służyć interesom Managerów i Dystrybutorów oraz by pozostawali oni na bieżąco z działaniami i zasadami Firmy, Biuro Główne opracowało system komunikacji. Dystrybutorzy, którzy mają pytania powinni kierować je do Managera grupy. Dystrybutorzy mogą również skontaktować się z lokalnym Centrum Produktów, recepcją Biura Głównego lub za pośrednictwem www.foreverliving.com

15.2 Manager grupy odpowiada Dystrybutorom na pytania a także przekazuje im wszelkie informacje z Biura Głównego. Jeżeli Manager grupy nie jest w stanie odpowiedzieć Dystrybutorowi na pytanie, kontaktuje się z Biurem Głównym. Uzyskawszy odpowiedź, przekazuje ją Dystrybutorowi.

16. SPONSORING MIĘDZYNARODOWY

(a) Forever Living Products opracowało międzynarodowy program, który daje Dystrybutorom na całym świecie możliwość rozwijania swojej działalności we wszystkich krajach, w których FLP oficjalnie rozpoczęła działalność zgodnie z prawami danego kraju. Dystrybutorzy zyskują szansę uzyskania dodatkowych dochodów i nadania swojemu biznesowi prestiżowego, międzynarodowego wymiaru, jednocześnie pomagając innym w dziedzinie zdrowia, urody i odżywiania.

(b) Procedury Sponsoringu Międzynarodowego są dość proste, a nagrody mogą być znaczące. Sponsoring Międzynarodowy zwiększa potencjał zarobkowy, nadaje biznesowi Forever Dystrybutora międzynarodowy charakter i daje zagranicznym znajomym Dystrybutora szansę uzyskiwania dodat-

kowych dochodów i odnoszenia korzyści z osobistego rozwoju dostępną poprzez Forever Living Products. Niniejsza polityka obejmuje cały Sponsoring Międzynarodowy po 22 maja 2002 roku.

16.1 W celu uzyskania sponsoringu na wybrany kraj należy przekazać swoją prośbę do Biura Głównego lub Biura Krajowego za pośrednictwem poczty elektronicznej, faksu lub przez telefon. W przekazywanej informacji należy zawrzeć swoje imię i nazwisko, adres oraz numer Dystrybutora. Kiedy informacja zostanie wprowadzona do bazy w kraju zamieszkania, zarówno Dystrybutor jak i jego sponsorzy w ciągu 24 godzin pojawią się w bazie kraju, na który dokonywany jest Sponsoring Międzynarodowy. Numerem Dystrybutora obowiązującym za granicą jest ten sam numer, który Dystrybutor otrzymał w kraju zamieszkania.

16.2 Dystrybutor rozpoczyna działalność za granicą od stanowiska zajmowanego w kraju zamieszkania.

16.2.1 Poza przypadkiem, gdy różne państwa działają w ramach tego samego Kraju Operacyjnego, nie można łączyć punktów kartonowych wygenerowanych w różnych krajach w celu osiągnięcia awansu.

16.3 W celu kwalifikacji do Premii Grupowej za granicą, wymóg miesięcznej Aktywności (*patrz 2.5*) realizowany przez Managerów w kraju zamieszkania, w krajach, na które są oni sponsorowani międzynarodowo będzie obowiązywał w miesiącu następnym. 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.

16.4 W celu kwalifikacji do otrzymywania premii za granicą, Dystrybutorzy, którzy nie osiągnęli jeszcze pozycji Managera w swoim kraju zamieszkania, muszą realizować wymóg Aktywności (patrz 2.5) w każdym kraju, na który są międzynarodowo zaponsorowani.

16.5 Sponsorem Dystrybutora jest ta osoba, której nazwisko widnieje na pierwszej Umowie Dystrybutora zaakceptowanej przez FLP.

16.6 Rozliczenie premii wypracowanej za granicą wysyłane jest do Dystrybutora 15. dnia następnego miesiąca.

16.7 Kwalifikacja do Premii Lidera, uzyskana w kraju zamieszkania, kwalifikuje Managera do otrzymania Premii Lidera we wszystkich krajach, na które jest międzynarodowo zasponsorowany w miesiącu następnym.

(a) 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 uznaną kwalifikację w lutym.

Warszawa 2011