

Standard di comunicazione digitale

Amway

Standard di comunicazione digitale

LE COMUNICAZIONI DIGITALI SONO TRASMISSIONI ELETTRONICHE (IN GENERE TRAMITE COMPUTER O DISPOSITIVO MOBILE) DI DATI DI TESTO, IMMAGINI, VIDEO, VOCE E ALTRE INFORMAZIONI, INCLUSI, MA SENZA LIMITAZIONE, I POST O LE PUBBLICAZIONI RESE DISPONIBILI ALL'INTERNO DELLO SPAZIO DIGITALE, INCLUSI E-MAIL, VIDEO, TRASMISSIONI IN DIRETTA, PODCAST, POST SUL BLOG, APPLICAZIONI MOBILI (APP), ANNUNCI, FORUM, PAGINE WEB, NONCHÉ TRAMITE QUALSIASI SOCIAL MEDIA O PIATTAFORMA DI MESSAGGISTICA, AD ESEMPIO FACEBOOK®, YOUTUBE®, INSTAGRAM®, X (TWITTER®), WECHAT®, VK®, LINE®, LINKEDIN®, WHATSAPP® O SNAPCHAT® (D'ORA IN AVANTI "COMUNICAZIONI DIGITALI").

OBBLIGHI DI CONFORMITÀ

Gli Amway Partner sono tenuti a rispettare le Regole di Condotta, gli Standard e le Policy di Amway, in particolare gli Standard e la Policy europea per il BSM (Business Support Materials, materiali di supporto all'attività) nonché questi Standard di Comunicazione Digitale (d'ora in avanti "DCS"), riguardo a tutte le Comunicazioni Digitali relative all'attività Amway, ai prodotti o ai servizi Amway (direttamente o indirettamente), o quando le Comunicazioni Digitali costituiscono BSM come definito nelle Regole.

Gli Amway Partner sono tenuti a seguire tutte le leggi applicabili nonché i termini e le condizioni d'uso della piattaforma digitale utilizzata.

Gli Amway Partner devono essere veritieri, precisi e non ingannevoli.

Amway può richiedere agli Amway Partner di rimuovere, richiamare, ritrarre, eliminare, modificare o eseguire altre azioni appropriate in relazione alle proprie Comunicazioni Digitali.

Si prega di notare che gli esempi forniti nel presente documento sono inclusi a scopo esemplificativo e non rappresentano tutte le situazioni consentite o non consentite.

COMUNICAZIONI PROIBITE: SPAM

Gli Amway Partner non devono mai partecipare a comunicazioni non desiderate o spam.

Per spam s'intendono Comunicazioni Digitali inviate a individui con i quali l'Amway Partner non ha un rapporto personale preesistente all'attività Amway (ad es. interazioni mutue e dirette tra l'Amway Partner e l'individuo verificatesi prima della presentazione dell'attività o dei prodotti Amway).

Lo spam include anche le comunicazioni inviate a chi non ha accettato di ricevere comunicazioni o a individui che non hanno dato il proprio consenso, ad es. richiedendo di essere esclusi da comunicazioni future.

Per "esplicito consenso" s'intende il reperire e scegliere coscientemente di seguire, inviare "Mi piace", sottoscrivere o altrimenti dimostrare interesse a ricevere comunicazioni digitali.

CREAZIONE DI COMUNITÀ ONLINE

Le comunità online sono gruppi di individui che usano le Comunicazioni Digitali per discutere di interessi o argomenti. Gli Amway Partner possono creare comunità online per discutere di opportunità Amway tramite comunicazioni Push o Pull.

Utilizzando le strategie di comunicazione Push e Pull descritte nell'area sottostante gli Amway Partner possono evitare lo spam.

In nessun caso l'Amway Partner può, direttamente o indirettamente, sollecitare, assistere, cercare di indurre o incoraggiare un altro Amway Partner all'interno o all'esterno della propria comunità a richiedere un cambiamento di linea di sponsorizzazione (LOS, Linea di Sponsorizzazione).

Creazione di una comunità online utilizzando il metodo di comunicazione Pull

Agli Amway Partner è consentito postare contenuti in un ambiente pubblico o privato offrendo agli individui la possibilità di trovare il contenuto e dare il proprio esplicito consenso a essere contattati. In questo consiste la comunicazione Pull. Un metodo di comunicazione Pull viene messo in atto quando un Amway Partner crea o usa contenuti su risorse digitali che sono in suo possesso o sotto il suo controllo in modo tale che gli individui devono cercarle e scegliere coscientemente di seguirle, inviare un "Mi piace", sottoscrivere o altrimenti dimostrare interesse a ricevere Comunicazioni Digitali dando, quindi, il proprio esplicito consenso. Nel creare una comunità, gli individui che visualizzano i contenuti evitano così di ricevere spam e hanno scelto di entrare in contatto con un Amway Partner.

Per la pubblicazione di comunicazioni Pull, gli Amway Partner devono attenersi ai requisiti di etichettatura applicabili secondo la legislazione locale vigente. I post, i video, inclusi i rullini fotografici, le storie e gli altri materiali di propria creazione pubblicati su una proprietà digitale, con lo scopo, tra gli altri, di promuovere la vendita di prodotti Amway e/o di espandere l'Attività Amway, devono includere la dicitura "pubblicità", "video pubblicitario" o "supportato da inserimento di prodotti" all'inizio del testo o del materiale audio o video, nella lingua del contenuto.

Esempi di comunicazioni Pull:

- Un individuo trova il blog di un Amway Partner sull'attività di Amway e lascia un commento. All'Amway Partner è **consentito** comunicare con l'individuo in quanto la risorsa digitale è in suo possesso
  o sotto il suo controllo, l'individuo l'ha trovata e ha espresso il suo consenso a venire contattato scegliendo di lasciare un commento sul blog.

- Un Amway Partner crea una pagina pubblica su Facebook per la sua attività Amway. Ciò è **consentito** perché l'Amway Partner è in possesso o controlla la risorsa digitale e un individuo deve dare il proprio consenso per partecipare alla sua comunità e seguirne i post.

- Una Amway Partner crea l'hashtag #LifewithAmway e un individuo lo trova tramite una ricerca su Instagram. Ciò è **consentito** perché l'Amway Partner è in possesso o controlla la risorsa digitale dove ha postato l'hashtag e un individuo lo ha trovato, dimostrando il suo interesse nella comunità dell'Amway Partner su Instagram, dando quindi il proprio consenso.

- Una Amway Partner invia un tweet sull'Artistry Light Up Lip Gloss sul suo profilo pubblico su X (Twitter). Un individuo fa ricerche su X (Twitter), lo trova e invia un "Mi piace". L'Amway Partner entra in contatto con l'individuo tramite un tweet. Ciò è **consentito** perché esprimendo un commento sul tweet, l'individuo ha dimostrato il suo interesse per la comunità dell'Incaricata, quindi ha dato il proprio consenso.

- Un Amway Partner posta un collegamento che promuove il suo sito Web Amway tra i commenti a un video pubblico su YouTube. Ciò **non è consentito** perché l' Amway Partner non è in possesso né controlla la risorsa digitale (il canale YouTube) sul quale ha lasciato il commento.

Creazione di una comunità online utilizzando il metodo di comunicazione Push

Una strategia di comunicazione Push si verifica quando un Amway Partner contatta direttamente gli individui o pubblica del contenuto su risorse digitali.

Quando si crea una comunità, esistono due tipi di comunicazioni Push: una è consentita, l'altra non lo è.

Comunicazioni Push consentite: Un Amway Partner può inviare contenuti digitali a individui con i quali ha un rapporto personale preesistente all'attività Amway perché fanno già parte della comunità dell'Amway Partner.

Inoltre, un Amway Partner può inviare Comunicazioni Digitali a individui che hanno acconsentito a riceverle e hanno espresso il loro interesse a partecipare alla comunità dell'Amway Partner.

Esempi di comunicazioni Push consentite

- Un Amway Partner invia un messaggio diretto sui prodotti Nutrilite a un individuo che lo segue su Instagram. Questa comunicazione è **consentita** perché l'individuo ha espresso il suo consenso seguendo l'Amway Partner sulla sua comunità di Instagram.

- Una Amway Partner posta suggerimenti di bellezza sulla sua pagina professionale di Facebook; un individuo trova la pagina e invia un "Mi piace" in risposta al suo post; quindi, l'Amway Partner invia un messaggio diretto all'individuo per parlare dei prodotti. Ciò è **consentito** perché l'individuo ha acconsentito alla comunità inviando un "Mi piace" in risposta al post su Facebook.

- Un Amway Partner incontra un individuo a un evento e lo ricontatta, come da questi richiesto, con un messaggio privato tramite WhatsApp su un'opportunità commerciale per Amway. Ciò è **consentito** perché, di persona, l'individuo aveva chiesto di essere contattato riguardo all'opportunità.

- Un Amway Partner è il proprietario esclusivo di un gruppo Facebook dedicato alla nautica da diporto e posta contenuti sui prodotti Amway di pulizia per barche. Se le regole riguardanti la proprietà di risorse digitali vengono seguite, la comunicazione è **consentita**.

- Un individuo appartenente a un gruppo online posta l'annuncio "Cerco un Amway Partner". Un membro del gruppo fornisce il nominativo dell'Amway Partner che, a sua volta, invia un messaggio privato. Ciò è **consentito** perché, con l'annuncio, l'individuo ha richiesto di essere contattato e all'Amway Partner è consentito contattarlo.

Comunicazioni Push non consentite: agli Amway Partner non è consentito inviare Comunicazioni Digitali a individui con i quali non hanno un rapporto personale preesistente all'attività Amway concreto e reale o a individui che non hanno dato il proprio consenso a ricevere comunicazioni. Tali comunicazioni vengono considerate spam e non sono consentite perché gli individui sopra considerati non fanno parte della comunità dell'Amway Partner.

Esempi di comunicazioni Push non consentite:

- Un Amway Partner invia un messaggio a un individuo incluso in un gruppo di discussione. Questa comunicazione **non è consentita** perché l'Amway Partner non ha un rapporto personale preesistente all'attività Amway con l'individuo in questione né l'individuo ha espresso il suo consenso a ricevere comunicazioni da parte dell'Amway Partner o a partecipare alla sua comunità.

- Un Amway Partner, membro di una grande organizzazione professionale di progettazione tecnica, acquisisce gli indirizzi di posta elettronica di tutti i membri dell'organizzazione e li invita tramite e-mail a partecipare a un incontro come potenziali candidati. Questa comunicazione **non è consentita** perché l'appartenenza a un'organizzazione professionale e l'acquisizione di una lista di distribuzione non costituiscono un rapporto personale preesistente e non implicano che gli individui abbiano espresso il consenso a partecipare alla comunità dell'Amway Partner.

Contenuto proibito per qualsiasi ambiente:

Agli Amway Partner non è consentito postare su comunità pubbliche o private i tipi di contenuto seguenti:

- Informazioni sulla linea di sponsorizzazione LOS.

- Materiali riservati o informazioni aziendali riservate, incluse, ma senza limitazione, informazioni sui prodotti prima del lancio, cambi di gestione, chiusure di stabilimenti, acquisizioni, ecc.

Comunicazioni all'interno di una comunità

Quando un individuo ha dato il consenso a partecipare a una comunità dell'Amway Partner, tutte le comunicazioni con l'individuo sono consentite, sia Push che Pull, purché siano conformi alle Regole, Policy e Standard di Amway. Tuttavia, i metodi di comunicazione Push o Pull utilizzati per creare le comunità di ciascun Amway Partner devono essere conformi alle sezioni sotto indicate.

PRESENTAZIONE DELL'OPPORTUNITÀ AMWAY

Un Amway Partner può presentare e introdurre l'opportunità Amway a clienti e potenziali Amway Partner, utilizzando anche una "call-to-action", su risorse digitali che l'Amway Partner possiede o controlla purché i destinatari abbiano dato il proprio consenso (comunicazione Pull).

In alternativa, un Amway Partner può introdurre l'opportunità a un individuo con il quale ha un rapporto professionale preesistente (comunicazione Push).

Contenuti generati dagli utenti

Agli Amway Partner è consentito promuovere l'opportunità Amway e i prodotti, cercare potenziali clienti tramite post di contenuti generati dall'utente, inclusi video, audio, immagini (di prodotto, persone o altro), selfie inclusi, con o senza prodotti Amway, purché il testo di accompagnamento sia veritiero, preciso e non ingannevole.

Tuttavia, i contenuti generati dagli utenti che contengono solo marchi di proprietà di Amway (prodotti o marchi / loghi) o le immagini dei prodotti Amway non possono essere utilizzati nelle immagini del profilo, nelle foto di copertina o simili nell'area pertinente della proprietà digitale.

Esempi di ricerca di potenziali clienti:

- Un Amway Partner posta un selfie sul suo account Instagram con un prodotto Amway in mano e aggiunge una call-to-action, "Inviatemi un messaggio diretto per sapere di più di questa opportunità Amway". Ciò è **consentito** perché l'Amway Partner è in possesso o controlla la risorsa digitale e chi sceglie di inviare un messaggio esprime il proprio consenso a ricevere ulteriori informazioni.

Una Amway Partner ritwitta un post dall'account ufficiale di Amway su X (Twitter) per diventare titolare di Amway, citando anche i vantaggi dell'essere titolare e chiedendo ai suoi follower di contattarla per registrarsi. Ciò è **consentito** perché chi sceglie di inviarle un messaggio esprime il proprio consenso a ricevere ulteriori informazioni sull'opportunità.

- Un Amway Partner posta un video sulla sponsorizzazione per la sua attività di Amway sul blog di un amico. Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner non è in possesso né controlla la risorsa digitale e, quindi, gli individui che partecipano al blog non hanno dato il consenso a ricevere le sue comunicazioni.

PROMOZIONE DELLE VENDITE

Un Amway Partner può presentare prodotti per la vendita a clienti acquisiti e potenziali, utilizzando anche una "call-to-action", su risorse digitali che l'Amway Partner possiede o controlla purché i destinatari abbiano dato il consenso a partecipare alla comunità dell'Amway Partner e abbiano accettato di essere contattati a scopo commerciale.

L'Amway Partner può completare la transazione di vendita tramite Amway Online.

Prezzi

Un Amway Partner non può includere informazioni sui prezzi (prezzo del prodotto o eventuali sconti sul prezzo del prodotto) in qualsiasi proprietà digitale o comunicazioni digitali eccetto all'interno di:

- una comunicazione digitale privata, da persona a persona, come SMS, messaggistica diretta, e-mail, ecc.
- un collegamento diretto o un post condiviso da una proprietà digitale Amway ufficiale.

L'Amway Partner può includere informazioni sui prezzi in qualsiasi proprietà digitale correlata alla promozione delle vendite di prodotti Amway, nello specifico:

- La sua pagina personale sul sito di Amway (Personal Retail Website – PRW).
- I negozi su Facebook e Instagram (altri negozi devono essere autorizzati da Amway) sulla proprietà digitale di un Amway Partner, a patto che vengano soddisfatti i seguenti criteri:
    - I prezzi mostrati non devono essere diversi da quelli indicati su una proprietà digitale Amway ufficiale
    - La transazione di acquisto deve essere stata completata su Amway.it.

Posizionamento del prodotto/contenuto generato dall'utente

Agli Amway Partner è consentito vendere in conformità al presente documento tramite post di contenuti generati dall'utente, inclusi video, audio, immagini (di prodotto, persone o altro), selfie con o senza prodotti Amway™, purché il testo di accompagnamento sia veritiero, preciso e non ingannevole. Tuttavia, i contenuti generati dagli utenti che contengono solo marchi di proprietà di Amway (prodotti o marchi / loghi) o le immagini dei prodotti Amway non possono essere utilizzati nelle immagini del profilo, nelle foto di copertina o simili nell'area pertinente della proprietà digitale.

Vendite non autorizzate

Agli Amway Partner non è consentito rivendere o promuovere prodotti Amway su qualsiasi piattaforma di vendita al dettaglio con l'obiettivo primario di vendere prodotti e servizi al pubblico, incluse, ma senza limitazione, Amazon, eBay, Taobao ed Etsy. Non è consentito inserire i prodotti o servizi Amway su tali piattaforme, anche nel caso in cui non siano in vendita. La vendita su tali piattaforme compromette l'ambiente fra concorrenti e potrebbe compromettere anche il servizio che l'Amway Partner fornisce ai clienti nonché la reputazione di Amway e dei suoi marchi. Queste piattaforme di vendita non sono autorizzate da Amway.

Tali piattaforme di vendita non sono autorizzate da Amway. Agli Amway Partner non è consentito utilizzare o autorizzare persone che non siano Amway Partner (influencer, clienti, ecc.) a vendere o pubblicizzare prodotti e servizi Amway™ per conto proprio, incluso l'utilizzo di metodi di vendita ingannevoli per aumentare le vendite o la popolarità delle proprie risorse digitali.

Esempi di vendita:

- Una Amway Partner posta una call-to-action sulla pagina Amway World Headquarters di Facebook invitando ad acquistare prodotti da lei. Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner non è in possesso né controlla la pagina Amway World Headquarters di Facebook.

- Un Amway Partner utilizza una vlogger su YouTube per vendere prodotti Amway™ e promuovere la propria attività. La vlogger può promuovere i prodotti Amway™ e fare riferimento all'Amway Partner, purché non riceva alcun compenso per la promozione e la citazione. Tuttavia, alla vlogger **non è consentito** vendere prodotti Amway™ perché è una terza parte che agisce per conto dell'Amway Partner e non è autorizzata a vendere i prodotti Amway™.

- Un Amway Partner carica un prodotto Amway da vendere su Amazon, eBay, Taobao, Etsy o altre piattaforme di vendita online esterne. Ciò **non è consentito** perché Amazon, eBay, Taobao, Etsy o altre piattaforme di vendita online esterne sono siti di e-commerce non autorizzati. La vendita su tali siti compromette l'ambiente dei concorrenti e potrebbe compromettere anche il servizio dell'Amway Partner ai clienti nonché la reputazione di Amway e dei suoi marchi.

PROPRIETÀ DIGITALI DEDICATE AD AMWAY

Una proprietà digitale dedicata ad Amway è un ambiente privato e riservato agli Amway Partner in cui questi ultimi utilizzano e discutono delle informazioni relative alla loro attività Amway

Agli Amway Partner è consentito pubblicare o inviare i seguenti tipi di contenuti:

- Elenchi di BSM disponibili e autorizzati

- Informazioni promozionali sulla formazione degli Amway Partner dell'organizzazione, incluso, a titolo esemplificativo, date di eventi e prezzi dei biglietti

- Opportunità Amway, prodotti Amway, tecniche di sponsorizzazione o servizi Amway

- Profili di successo

- Motivazione

- Qualsiasi altro contenuto che gli Amway Partner sono autorizzati a pubblicare in un ambiente aperto

Contenuti non consentiti:

- Attività di sponsorizzazione o promozione rivolte agli Amway Partner relative ad adesioni, servizi o prodotti di un'attività non Amway

- "Call-to-action" per prodotti non Amway

USO DI COMUNITÀ/ATTIVITÀ MISTE

Per risorsa digitale mista s'intende una risorsa digitale personale dell'Amway Partner che riunisce vari interessi personali o attività.

Agli Amway Partner è consentito mescolare e utilizzare l'attività Amway con le loro altre comunità sociali e attività.

Ciò implica che, sulle risorse digitali miste che possiede o controlla, l'Amway Partner può sfruttare le proprie comunità e attività diverse da Amway per promuovere la vendita dei prodotti Amway nonché i propri contatti con potenziali clienti ottenuti tramite tali attività o comunità.

Inoltre, nella stessa risorsa digitale mista, l'Amway Partner può utilizzare la propria comunità Amway, promuovere la vendita, raccomandare prodotti non Amway e contattare potenziali clienti ottenuti tramite la comunità di Amway, purché l'Amway Partner non approfitti* della sua influenza sulle downline del suo business group.

*Il termine approfittarsi include, ma non si limita, ad affermare o a sottintendere che un Amway Partner deve acquistare qualsiasi prodotto non Amway raccomandato per avere un'attività di successo. Gli sponsor e gli Amway Partner di upline non devono incoraggiare, fare pressione o richiedere agli Amway Partner di downline di acquistare prodotti non-Amway come condizione per ricevere supporto o assistenza nella costruzione della loro attività Amway.

Se un Amway Partner ha una proprietà digitale dedicata a un'attività diversa da Amway, non può utilizzarla per promuovere o vendere prodotti o servizi Amway o per promuovere l'opportunità imprenditoriale Amway. Una proprietà digitale combinata deve rispettare i termini e le condizioni di tale proprietà, comunità o azienda.

Gli Amway Partner non possono unire o utilizzare le seguenti attività e comunità:

- prodotti o attività concorrenti, vendita diretta o attività di MLM (Multi-level marketing, marketing multilivello).
- prodotti o servizi che non possono essere venduti online o che richiedono licenze o permessi per la vendita, prestiti, investimenti finanziari, servizi legali, servizi medici, ecc.
- attività o stili di vita controversi, che includano ad esempio pornografia, tabacco, politica, medicina alternativa, religione, gioco d'azzardo, schemi di investimento.
- servizi che includono attività di menthoring, coaching per lo stile di vita, consulenza matrimoniale, consulenza spirituale, parlare in pubblico o di sviluppo imprenditoriale o qualsiasi altro servizio.
- servizi che vengono utilizzati come pretesto principalmente per attirare persone in Amway, ma che offrono prodotti, servizi o interessi diversi dai prodotti Amway o dall'opportunità Amway.
- elenco di BSM disponibili e prezzi.
- promozione di biglietti ed eventi relativi alla formazione degli Amway Partner.

Inoltre, gli Amway Partner possono combinare, prodotti che sono in diretta concorrenza e funzionalmente intercambiabili con i prodotti del portafoglio prodotti Amway e far leva su di essi a condizione che non ricevano alcun compenso monetario in cambio. Tuttavia, gli Amway Partner non possono vendere i prodotti attraverso la proprietà digitale combinata, né possono ricevere alcun compenso monetario in cambio della combinazione e del vantaggio di tali prodotti.

All'interno delle comunità condivise, le transazioni di vendita dei prodotti Amway devono essere indipendenti dalle transazioni dei prodotti non-Amway. Gli Amway Partner non sono autorizzati a mettere in relazione i prodotti Amway con prodotti non-Amway nell'ambito di una promozione o di un'offerta di vendita.

Esempi di uso di comunità e attività miste:

- Un Amway Partner è appassionata di ciclismo su strada e utilizza la sua risorsa digitale personale, creata non a scopo di vendita al dettaglio, per parlare e condividere idee con altri ciclisti. Usa la risorsa digitale anche per promuovere uno stile di vita sano, basato sull'uso dei prodotti Nutrilite, e per vendere accessori per bici. Ciò è **consentito** perché l'Amway Partner è in possesso o controlla la risorsa digitale, che non esiste soltanto a scopo di vendita al dettaglio, e tutti coloro che ne visualizzano i contenuti hanno dato il loro consenso.
- Un Amway Partner pubblica sul suo blog un elenco dei suoi cinque migliori rossetti preferiti, incluso uno di Artistry. Ciò è **consentito** perché la proprietà digitale è di proprietà e controllata dall'Amway Partnere le è consentito mescolare e sfruttare, altri prodotti che competono direttamente con i prodotti Amway purché non li venda anche su o tramite la proprietà digitale, né abbia compensi in denaro per la pubblicazione dei prodotti concorrenti.
- Un Amway Partner posta informazioni sulla sua attività di Amway sull'account Instagram professionale del proprio ristorante. Ciò **non è consentito** perché la risorsa digitale viene utilizzata unicamente dal ristorante, ovvero un'attività commerciale unica.
- Un Amway Partner è un musicista che gestisce un sito Web per promuovere e vendere la sua musica. L'Amway Partner usa la sua pagina commerciale specifica per Amway su Facebook per trasmettere informazioni video sulle date del suo tour e incoraggia altri Amway Partner ad acquistare i biglietti. Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner utilizza la sua risorsa digitale specifica per Amway per contattare potenziali clienti invitandoli ad acquistare biglietti per un'attività commerciale non Amway che non implica la vendita al dettaglio.

- Un Amway Partner crea un sito web che promuove la sua società di coaching lifestyle. Una persona trova il sito web e si incontra con l'Amway Partner e scopre che l'Amway Partner sta usando il sito web per trovare contatti di persone che diventino Amway Partner. Questo **non è consentito** perché l'attività è un'azienda "finta" e le informazioni fornite sono fuorvianti.

PUBBLICITÀ E PROMOZIONE

Agli Amway Partner è consentito fare pubblicità utilizzando annunci non a pagamento su motori di ricerca, utilizzando anche una call-to-action, nonché i modelli approvati da Amway. Qualsiasi altro formato richiede la previa autorizzazione di Amway per garantire, incluso ma senza limitazione, l'uso adeguato della proprietà intellettuale di Amway e per evitare confusione sul marchio.

Esempi di pubblicità

- Un Amway Partner crea un annuncio su Google My Business per pubblicizzare la sua attività Amway. Ciò è **consentito** perché si tratta di un sito di annunci aziendali non a pagamento su motore di ricerca. Inoltre, va utilizzato un modello approvato da Amway.

- Un Amway Partner crea un annuncio sponsorizzato di Artistry Crème LX™ su Facebook. Ciò **non è consentito** perché potrebbe creare confusione con Amway.

VIDEO, AUDIO E TRASMISSIONI IN DIRETTA

Video, audio e trasmissioni in diretta (che includono video e/o audio, ovvero "Live Streaming") all'interno di Comunicazioni Digitali in genere non richiedono la previa approvazione scritta di Amway se sono su risorse che l'Amway Partner possiede o controlla.

Gli Amway Partner hanno sempre l'opzione di sottoporre video e audio ad Amway per valutazione e approvazione prima di postarli (fare riferimento alla sezione "Invio di richieste di autorizzazione" alla fine del presente documento).
Il contenuto deve essere conforme alle Regole, gli Standard e le Policy di Amway.

Video, audio e trasmissioni in diretta non possono includere quanto segue:

- contenuti creati da fornitori di BSM e organizzazioni di supporto per Amway Partner;

- informazioni sulla LOS (Linea di Sponsorizzazione);

- claim/affermazioni non autorizzate;

- elenco di BSM disponibili e prezzi;

- materiali riservati o informazioni aziendali riservate su Amway, incluse, ma non limitate, informazioni su prodotti prima del lancio, cambi di gestione, chiusure di stabilimenti, acquisizioni, ecc.;

- qualsiasi altro materiale che violi le Regole, gli Standard e le Policy di Amway.

Lo streaming live quando non salvato / memorizzato può includere quanto segue

- Informazioni sul Core Plan di Amway, con le avvertenze necessarie, incluso senza limiti come guadagnare e ricevere guadagni e qualifiche, premi e bonus attraverso Amway.

- BSM autorizzato per i potenziali clienti.

- Informazioni sulla promozione dell'organizzazione di formazione ABO, comprese, a titolo esemplificativo, le date degli eventi e i prezzi dei biglietti.

- Tuttavia, la previa approvazione scritta è richiesta per materiali video e audio, incluse le trasmissioni in diretta salvate/memorizzate e rese disponibili per la distribuzione, la vendita o l'uso durante incontri offline.

Inoltre, video, audio e trasmissioni in diretta salvate/ memorizzate contenenti i seguenti elementi richiedono che l'Amway Partner ottenga previa approvazione scritta da parte di Amway

- Piano: contenuti descrittivi relativi al Core Plan di Amway, inclusi, ma senza limitazioni, come trarre profitto e ricevere compensi e qualifiche, premi e bonus tramite Amway, da utilizzare sia con i potenziali clienti, sia come formazione per gli Amway Partner sulle modalità di presentazione del Piano.
- Claim/Affermazioni sui prodotti: contenuto che si discosta dai claim sui prodotti approvati da Amway.
- Materiali per i candidati/prospects: contenuti correlati all'insegnamento di tecniche di formazione per i candidati, reclutamento e sponsorizzazione.
- Dichiarazioni sui guadagni.
- Proprietà intellettuale di terzi, inclusi, ma senza limitazione, musica, simboli, loghi, grafica e immagini (è richiesta anche l'approvazione da parte della relativa terza parte).

SITI WEB, APP PER SMARTPHONE, PODCAST E BLOG

Gli Amway Partner devono sottoporre il concetto di siti Web, app per smartphone, podcast e blog per revisione e previa autorizzazione da parte di Amway.

Le URL non devono essere ingannevoli o violare le Regole di Condotta Amway (ad es. Ezmoney.com, Retirenow@EU.com, Nosellingrequired.com).

Siti Web degli Amway Partner

Se un Amway Partner decide di creare un sito Web di supporto alla propria attività Amway, deve uniformarsi non solo alle Regole di Condotta Amway, ma soprattutto ai presenti Standard di Comunicazione Digitale.

I siti Web degli Amway Partner sono tutti i siti Web generati a supporto e per lo sviluppo delle relative attività Amway, indipendentemente da chi crei od ospiti gli stessi.

Tutti i siti Web devono essere sottoposti ad Amway per la revisione e l'autorizzazione prima del lancio. Quanto sopra si applica anche a qualsiasi modifica apportata a un sito Web autorizzato. Amway si riserva il diritto di monitorare tutti i siti Web dell'Amway Partner per verificare l'accuratezza dei contenuti e la relativa approvazione nonché per adottare opportuni provvedimenti nei confronti di qualsiasi Amway Partner che sul proprio sito Web non segua le linee guida qui contenute o altre normative applicabili.

La revisione e autorizzazione di Amway sono subordinate al rispetto di Regole di Condotta, Policy e Standard di Amway. Il consenso di Amway al sito Web e alle successive modifiche non verrà irragionevolmente negato. Gli Amway Partner sono responsabili della conformità a tutte le leggi e le normative applicabili riguardo ai propri siti Web. La revisione e l'autorizzazione dei siti Web degli Amway Partner da parte di Amway sono limitate ad alcuni aspetti del contenuto, in particolare per quanto riguarda le Regole di Condotta Amway, le Policy e gli Standard e i documenti inclusi, ma non sono destinate né sono in grado di soffermarsi sulla conformità a tutte le leggi e normative applicabili ai siti Web e, quindi, non sollevano l'Amway Partner dalle proprie responsabilità.

Tutti i siti Web dell'Amway Partner devono essere aggiornati regolarmente, o come richiesto in base agli eventi, e devono contenere una dichiarazione che indichi la data dell'ultimo aggiornamento del sito. Qualsiasi modifica deve essere sottoposta ad Amway per la revisione e l'autorizzazione prima della pubblicazione.

EVENTI DIGITALI

Agli Amway Partner è consentito ospitare Eventi Digitali o virtuali in relazione alla propria attività, nel rispetto di Regole, Standard e Policy Amway e se l'evento digitale viene organizzato su risorse che l'Amway Partner possiede o controlla. Per Eventi Digitali s'intende tutti gli eventi organizzati in un ambiente virtuale per un periodo di tempo stabilito, con un tema comune e un gruppo o comunità specifica (d'ora in avanti "Eventi Digitali").

Gli Eventi Digitali su risorse che gli Amway Partner non possiedono o controllano sono consentiti con la previa approvazione scritta da parte di Amway e il permesso di chi organizza l'evento.

Tutti gli Eventi Digitali devono rispettare i requisiti seguenti

- Se vi sono prodotti in vendita, questi devono essere coerenti con il tema dell'evento.
- Qualsiasi vendita online promossa durante l'evento deve essere effettuata tramite Amway.
- Amway deve approvare preventivamente tutti i materiali che verranno utilizzati o altrimenti resi disponibili durante l'evento.
- L'elenco dei biglietti BSM disponibili e registrati /approvati e dei biglietti per le organizzazioni che formano gli Amway Partner e le informazioni sulla promozione degli eventi sono consentiti solo in una sola comunità dell'Amway Partner. Se le informazioni sul Core Plan saranno fornite in una comunità di non Amway Partner, questa richiesta deve essere sottoposta ad Amway per l'autorizzazione.
- I contenuti di terze parti non possono essere utilizzati senza previa approvazione scritta da parte della terza parte interessata e di Amway.

Esempi di Eventi Digitali

- Un Amway Partner crea un party virtuale per Artistry su Facebook. Ciò è **consentito** perché è organizzato su una risorsa che l'Amway Partner possiede o controlla.
- Un Amway Partner crea un invito a un evento pubblico su Facebook per promuovere il suo imminente evento culinario di Amway. Ciò è **consentito** perché l'Amway Partner è in possesso o controlla la risorsa digitale.
- Un Amway Partner viene invitato a un'intervista su podcast per parlare della sua esperienza dell'attività e dei prodotti Amway. Ciò è **consentito** con previa approvazione scritta di Amway perché l'intervista non è organizzata su una risorsa che l'Amway Partner possiede o controlla.
- Un Amway Partner partecipa a un party virtuale di bellezza su un gruppo pubblico di un amico su Facebook e inizia a promuovere la sua attività Amway. Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner non ha ottenuto la previa approvazione scritta di Amway o il consenso dell'organizzatore, visto che l'evento si svolge su una risorsa che l'Amway Partner non possiede né controlla.

DICHIARAZIONI SU AMWAY

Le dichiarazioni relative a Piano, opportunità nonché i claim/affermazioni sui prodotti o servizi offerti tramite o da Amway devono essere veritieri, precisi e non ingannevoli e devono essere conformi alle leggi nazionali sulla pubblicità.

I claim sui prodotti e servizi di Amway devono utilizzare il linguaggio specificatamente approvato da Amway e non possono essere modificati.

Se l'Amway Partner pubblica o condivide informazioni sui prodotti Amway disponibili nei mercati internazionali di Amway, indipendentemente dal fatto che abbia o meno un'Attività Amway in quei mercati, deve includere nel post le seguenti esclusioni di responsabilità:

- Se l'Amway Partner ha un'Attività Amway nel mercato internazionale Amway in cui il prodotto è disponibile per la vendita, deve includere una dichiarazione chiara, facilmente leggibile o udibile, per indicare che il post è destinato solo al pubblico di quel mercato internazionale in cui è possibile effettivamente acquistare il prodotto o i prodotti pubblicizzati (ad esempio, "Per i miei clienti in [inserire il mercato internazionale]!" Nota:[inserire il nome del prodotto] potrebbe non essere disponibile o essere disponibile solo con un dosaggio inferiore/superiore o con una composizione diversa, ecc. in tutti gli altri mercati.)
- Se l'Amway Partner non ha un'Attività Amway nel mercato internazionale Amway in cui il prodotto è disponibile per la vendita, deve includere questa dichiarazione: "Questo prodotto è disponibile solo in [inserire il mercato in cui è disponibile il prodotto]."

Guadagni e stile di vita

Tutte le dichiarazioni sui guadagni diretti e indiretti devono fornire potenziali di guadagno e stile di vita realistici, non esagerati.

Materiali su Piano, guadagni e stile di vita che mostrano come trarre profitto dall'attività Amway potrebbero richiedere l'uso delle opportune avvertenze.

Citazioni e testimonianze

Le citazioni e le testimonianze devono riflettere un'opinione, una convinzione o un'esperienza onesta del dichiarante o testimonial.

Tali citazioni o testimonianze non possono essere utilizzate per esprimere claim che Amway dal punto di vista legale. Gli Amway Partner non possono fornire compensi in qualsiasi forma per citazioni, testimonianze o recensioni positive, ad eccezione della fornitura di campioni di prodotti.

Gli Amway Partner non possono fornire compensi in qualsiasi forma per l'acquisizione di follower o l'invio di "Mi piace". Se esiste un collegamento materiale tra il testimonial e Amway, o tra la persona che fornisce citazioni o testimonianze e l'Amway Partner, e tale collegamento non è noto né intuibile da parte del pubblico, tale collegamento va dichiarato esplicitamente. Ad esempio, un collegamento materiale potrebbe includere il fatto che la persona abbia ricevuto prodotti gratuiti in cambio di una citazione o che il testimonial sia un Amway Partner. Le dichiarazioni devono essere chiare, evidenti, visibili, leggibili e vicine ai claim.

Esempi di citazioni e testimonianze

- Un Amway Partner ritwitta la testimonianza di un cliente sull'ottimo stato dei suoi capelli dopo che ha utilizzato un campione gratuito di shampoo Satinique™. Ciò è **consentito** perché la dichiarazione che il prodotto era gratuito è inclusa nel tweet e il cliente non ha ricevuto alcun compenso aggiuntivo.

- Un Amway Partner fornisce a una vlogger due scatole di SA8™ in cambio di recensioni positive sul suo vlog. Ciò **non è consentito** perché l'ammontare del prodotto non è un campione.

Immagini e video "prima e dopo"

Le immagini e i video "prima e dopo" sono una forma di testimonianza, indipendentemente dal fatto che le immagini o i video "prima e dopo" ritraggano l'Amway Partner o qualcun altro. Una testimonianza non può contenere un claim che Amway non potrebbe sostenere legalmente.

Gli Amway Partner devono ottenere la preventiva approvazione scritta da Amway per qualsiasi immagine o video prima e dopo che coinvolga i prodotti Amway o il loro utilizzo. Tuttavia, le seguenti immagini o video "prima e dopo" non richiedono una preventiva approvazione scritta.

- Immagini o video "prima e dopo" forniti da Amway, incluse tutte le informazioni richieste.

- Immagini di cosmetici Amway (make-up, ciò non include i prodotti per la cura della pelle). L'immagine o il video non può includere alcuna didascalia, testo o audio che ecceda l'ambito di qualsiasi claim che Amway rilascia per il prodotto. L'immagine o il video non possono presentare, mostrare o menzionare prodotti di terzi.

Dimostrazioni di prodotti

Per dimostrazione di prodotti s'intende la presentazione di prodotti Amway che riguarda l'uso reale del prodotto per dimostrarne la funzione o i risultati che è possibile ottenere. Gli Amway Partner devono ottenere previa approvazione scritta da parte di Amway su qualsiasi dimostrazione di prodotti Amway.

Tuttavia, le seguenti dimostrazioni di prodotti non richiedono alcuna previa approvazione scritta.

- Dimostrazioni in cui vengono seguite alla lettera le istruzioni pubblicate da Amway.

- Dimostrazioni di prodotti fornite da Amway.

- Dimostrazioni riguardanti l'applicazione di prodotti cosmetici (make-up) Amway in prima persona.

- Dimostrazioni che presentano l'Amway Partner che utilizza prodotti da cucina Amway secondo l'uso previsto (ad es. per preparare e cucinare cibi).

Nessuna dimostrazione di prodotti può includere didascalie, testo o audio che superi lo scopo dei claim di Amway sul prodotto.

Le dimostrazioni di prodotti non possono presentare, visualizzare o menzionare prodotti di terze parti.

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Per proprietà intellettuale s'intende l'opera creativa di un autore che ne possiede i diritti e può richiederne la registrazione di brevetto, copyright, marchio commerciale, ecc. Un Amway Partner può utilizzare proprietà intellettuale di Amway o terzi soltanto nel caso in cui si sia assicurato i diritti di uso.

La proprietà intellettuale include musica, immagini, audio, video, testo, marchi, loghi o altre creazioni.

Materiale protetto da copyright

I materiali protetti da copyright includono, senza limitazione, musica, libri, riviste, articoli e altri scritti, inclusi estratti e traduzioni, discorsi, fotografie, opere d'arte, incluse immagini online, siti Web, blog e altri post su social media, video, film, opere teatrali, sculture, edifici e forme a 3D nonché software informatici.

Uso di materiali creati da Amway

Un Amway Partner non può utilizzare materiali prodotti da Amway e protetti da copyright senza aver ottenuto il previo consenso, a meno che l'Amway Partner non li abbia ottenuti da fonti approvate come specificato da Amway (fare riferimento a www.amway.it).

Un'eccezione a questa regola è rappresentata dai materiali che sono stati precedentemente approvati per l'uso da parte degli Amway Partner, compresi i contenuti prodotti da Amway che compaiono sulle proprietà digitali di Amway, quando si creano storie sulle proprietà digitali di Amway Partner. L'aggiunta di adesivi (esclusi gli adesivi musicali), testi, GIF, ecc. è consentita, a condizione che gli Amway Partner mantengano inalterati i contenuti.

Gli Amway Partner non devono ottenere il permesso per condividere o rimandare tramite collegamento alle risorse digitali ufficiali Amway.

Esempi di uso di materiali creati da Amway

- Un Amway Partner condivide un'immagine della pagina ufficiale di Amway su Facebook promuovendo il marchio L.O.C. nella sua pagina. All'Amway Partner è **consentito** condividere il post perché non deve ottenere il permesso di condividere materiali da risorse digitali ufficiali Amway.

- Un Amway Partner salva o esegue uno screenshot di un'immagine dalla sezione dei prodotti di Amway. com e lo posta sul suo profilo di X (Twitter). Ciò **non è consentito** perché i diritti di immagine possono essere applicati soltanto al sito Web professionale (ad es. le modelle utilizzate per le fotografie del sito Web) e non possono essere estesi all'uso da parte degli Amway Partner. Inoltre, la qualità dell'immagine può risultare compromessa. L'Amway Partner deve ottenere l'immagine da una fonte Amway approvata per assicurarsi di utilizzare un'immagine autorizzata di elevata qualità.

- Un Amway Partner ottiene un'immagine Artistry da una fonte ufficiale di Amway. Aggiunge degli adesivi all'immagine, insieme al proprio testo per promuovere il marchio Artistry insieme alla sua attività Amway, e la pubblica come Story su Instagram. Così facendo, mantiene l'aspetto e la sostanza dell'immagine e l'integrità del bene. Questo è **consentito** perché l'Amway Partner possono modificare o migliorare le risorse di Amway senza previa approvazione quando creano Stories sulle loro proprietà digitali.

Uso di materiali creati da terze parti

Un Amway Partner non può utilizzare materiali protetti da copyright di terzi senza averne prima ottenuto per iscritto relativa cessione, licenza o altro permesso da parte del proprietario del copyright, a meno che l'uso non sia altrimenti permesso dalle leggi applicabili.

Un Amway Partner deve conservare qualsiasi permesso scritto che ottiene per l'uso di materiali protetti da copyright e presentarlo dietro richiesta da parte di Amway.

L'Amway Partner deve rispettare tutte le leggi sul copyright nelle proprie comunicazioni digitali.

Condividere un collegamento o usare il pulsante Condividi per un articolo o un post su blog o su social media scritti da terzi è consentito, purché il collegamento pubblicato non venga accompagnato da riferimenti a prodotti od opportunità di Amway.

Inoltre, i commenti sul collegamento postato non devono includere riferimenti a prodotti od opportunità di Amway.

Esempi di uso di materiali creati da terze parti

- Un Amway Partner legge online sul suo quotidiano preferito un articolo sui possibili collegamenti tra l'olio di pesce e la riduzione del rischio di malattie cardiache. Quindi lo condivide sul suo account Facebook accompagnato dal seguente testo: "Articolo molto interessante sui possibili collegamenti tra l'olio di pesce e la riduzione delle malattie cardiache." Ciò è **consentito** perché il commento dell'Amway Partner non fa riferimento ai prodotti Amway.

- Forbes posta sulla sua pagina ufficiale su Facebook un collegamento a un articolo sul suo sito Web. Un Amway Partner condivide l'articolo con i suoi follower su Facebook. Se il post originale di Forbes contiene il comando "Condividi", Amway non proibisce all'Amway Partner di condividere il post. Ciò è **consentito** purché qualsiasi commento aggiunto dall'Amway Partner tenga conto delle altre sezioni dei presenti Standard. Ad esempio, il contenuto non deve suggerire che Forbes promuova o sia in alcun modo affiliata con l'Amway Partner o Amway.

- Un Amway Partner condivide un articolo di terzi su prodotti Amway sul proprio account di X (Twitter) e commenta: "Dai un'occhiata a questo articolo". Ciò è **consentito** purché il commento dell'Amway Partner non faccia riferimento ai prodotti o all'attività di Amway.

- Un Amway Partner si abbona alla rivista Forbes, vede un articolo che parla dell'opportunità Amway e condivide le fotografie della copertina e delle pagine dell'articolo su Instagram. Ciò **non è consentito** a meno che l'Amway Partner non abbia ottenuto prima il consenso scritto da Forbes.

- Un Amway Partner vede un video su YouTube creato da un altro Amway Partner. Lo scarica e lo inserisce nella sua pagina di Facebook, condividendolo con i suoi follower. Ciò **non è consentito** a meno che l'Amway Partner non abbia ricevuto il consenso scritto del proprietario originale.

- Un Amway Partner condivide sul suo account Facebook un articolo online del New York Times accompagnato dal seguente testo: "Articolo molto interessante sui possibili collegamenti tra la mancanza di Vitamina D e la depressione. Contattatemi per ulteriori informazioni sul nuovo supplemento Nutrilite Vitamin D!" Ciò **non è consentito** perché il post fa riferimento a un prodotto Amway e crea il claim implicito che il supplemento Nutrilite Vitamin D riduca o possa ridurre il rischio di depressione. Amway non ha elementi di prova a favore di tale claim.

- Un Amway Partner copia un'immagine della copertina di uno dei libri più venduti dalle immagini di Google e la posta sul sito di un social media. Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner non è proprietario dei diritti dell'immagine.

Musica

La musica riprodotta, alterata, suonata, eseguita, registrata, trasmessa o riprodotta in streaming da Internet non può essere utilizzata senza un'opportuna cessione, licenza o altro permesso scritto da parte del proprietario o in base alle leggi applicabili che ne permettono l'utilizzo.

QUANDO SI USA MUSICA REGISTRATA, SPESSO È NECESSARIA PIÙ DI UNA LICENZA.

Qualsiasi permesso scritto ottenuto deve essere conservato dall'Amway Partner e prodotto su richiesta di Amway.

Esempi di musica

- Un Amway Partner registra una dimostrazione di applicazione di trucco con prodotti Artistry della durata di 20 secondi. Prima di postarla su Facebook aggiunge 20 secondi di un brano noto come sottofondo musicale. A meno che l'Amway Partner abbia ottenuto le licenze opportune per la traccia, il post **non è consentito**.

- Un Amway Partner registra un video di 30 secondi di una performance musicale dal vivo durante un evento Amway e lo posta su Facebook. A meno che i coordinatori dell'evento non abbiano approvato esplicitamente l'attività o l'Amway Partner si assicuri i diritti per usare la performance in tal modo, la pubblicazione **non è consentita**.

Diritti di pubblicità

Per "diritti di pubblicità" di una persona s'intende il diritto della persona di controllare e trarre profitto dall'uso commerciale della propria immagine, incluso nome, immagine, voce o altri aspetti della sua identità.

Un Amway Partner è tenuto a rispettare i diritti di pubblicità degli altri individui e ad attenersi alle leggi applicabili alle proprie Comunicazioni Digitali nonché a soddisfare le richieste degli individui che chiedono di smettere di utilizzare la propria immagine.

A un Amway Partner non è consentito usare i diritti di pubblicità di un altro individuo per promuovere la propria attività senza prima ottenere il permesso scritto da tale individuo.

Amway proibisce agli Amway Partner di postare contenuti con l'immagine di un'altra persona o che presentino in maniera visibile una terza parte, a meno che non abbiano ottenuto l'autorizzazione scritta dalle persone che appaiono nel contenuto o che Amway abbia altrimenti approvato tale contenuto.

Esempi di diritti di pubblicità

- Un Amway Partner scatta un selfie in spiaggia con una lattina della bevanda energetica XS. Sullo sfondo appare un gruppo di persone, ma solo l'Amway Partner è a fuoco e identità delle persone sullo sfondo non è facilmente determinabile. L'Amway Partner posta la foto con la didascalia "Giornata favolosa in spiaggia con tanto di XS! Scopri come avere i prodotti XS nella sezione biografica!" Ciò è **consentito**, ma Amway si aspetta che l'Amway Partner rimuova il post se le persone nella foto sono riconoscibili e chiedono di rimuovere l'immagine.

- Un Amway Partner scatta un selfie con, ben visibile sullo sfondo, un noto autore, che è stato pagato per parlare e firmare copie dei suoi libri a un evento di Amway. Ciò è **consentito** purché le linee guida dell'evento consentano di scattare fotografie dell'autore che vi partecipa. Se consentito, l'Amway Partner non può far intendere che l'autore sia affiliato o che abbia in qualche modo una connessione per sostenere Amway.

- Un Amway Partner ritwitta una foto di uno snowboarder famoso mentre beve una bevanda energetica XS con la didascalia "Guarda, guarda... Anche gli atleti di spicco non rinunciano mai a una XS™!" Ciò **non è consentito** a meno che l'Amway Partner non abbia ricevuto il consenso scritto dello snowboarder.

- Un Amway Partner scatta un selfie in spiaggia con una lattina della bevanda energetica XS. Due passanti vengono ritratti per sbaglio nella foto dell'Amway Partner con i pollici alzati in segno di approvazione. L'Amway Partner posta la foto con la didascalia "Giornata favolosa in spiaggia! Le bevande energetiche XS™ non passano inosservate! Scopri come avere i prodotti XS™ nella sezione biografica!" A meno che le due persone ritratte non abbiano dato il proprio consenso all'Amway Partner, l'immagine **non è consentita** e dà l'impressione che le due persone promuovano i prodotti XS.

Uso di marchi

Agli Amway Partner non è consentito copiare, distribuire o in qualsiasi altro modo utilizzare i marchi di Amwayo Alticor inc (Alticor) senza previo consenso scritto di Amway.

I marchi e i loghi grafici proprietà di Amway o Alticor nonché le foto dei prodotti e le immagini aziendali possono essere ottenuti soltanto da fonti approvate, come specificato da Amway stessa.

Agli Amway Partner non è consentito copiare, distribuire o in qualsiasi altro modo utilizzare i marchi di una terza parte senza previo consenso scritto, licenza o altro permesso ottenuto dal proprietario del marchio commerciale.

Marchi di Amway

I marchi di Amway, inclusi Amway™, Nutrilite™, Artistry™, XS™ e altri marchi, loghi o nomi attualmente utilizzati o che potrebbe adottare in futuro, hanno un grande valore per Amway.

Amway si aspetta che l'Amway Partner rispetti i diritti dell'azienda utilizzando soltanto marchi proprietà di Amway nonché loghi grafici, foto di prodotti e immagini aziendali ottenute da fonti approvate come specificato da Amway stessa.

Gli Amway Partner possono utilizzare tali risorse non modificate senza richiederne previa approvazione da parte di Amway. Quando un Amway Partner crea una risorsa digitale (quale un account di Facebook o Instagram o un sito Web), può utilizzare un marchio proprietario di Amway (solo testo) per descrivere il proprio collegamento ad Amway come opportuno nella sezione biografica o informativa oppure in altra area apposita sulla risorsa digitale senza previa approvazione.

Un Amway Partner non può utilizzare marchi di proprietà di Amway (nomi di prodotti o marchi), loghi di marchi o immagini di prodotti, nel nome di dominio, nome utente dell'account, handle, alias, nome account, nome visualizzato, nome pagina, indirizzo e-mail, foto profilo, foto di copertina o sfondi o simili aree pertinenti sulla proprietà digitale a meno che non abbia il permesso scritto di Amway. Fatta eccezione per i beni ottenuti da fonti approvate e altrimenti descritti in questa sezione, agli Amway Partner non è consentito copiare, distribuire o in qualsiasi altro modo utilizzare i marchi di Amway senza previo consenso scritto di Amway.

Esempi di marchi di Amway

- Un Amway Partner crea una pagina su Facebook e nella sezione biografica si legge: "Titolare di Amway. Appassionato di BodyKey e di controllo del peso. Inviatemi un messaggio diretto per maggiori informazioni". Ciò è **consentito** perché il marchio Amway può essere utilizzato nella sezione biografica.

- Un Amway Partner crea un account di Instagram con il nome utente @amwayking. Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner ha utilizzato "Amway" nel nome utente.

- Un Amway Partner crea un account di X (Twitter) con il nome visualizzato "Il mio account Nutrilite". Ciò **non è consentito** perché l'Amway Partner ha utilizzato un marchio proprietario di Amway, Nutrilite, nel nome visualizzato.

Marchi di terzi

L'Amway Partner è responsabile di non violare i diritti di marchi di terzi nelle sue comunicazioni digitali.

Un Amway Partner non può utilizzare il marchio commerciale di terzi in una comunicazione digitale in modo tale da suggerire in maniera ingannevole una affiliazione o sponsorizzazione tra l'Amway Partner o Amway e la terza parte.

Esempi di marchi di terzi

- Un Amway Partner posta un'immagine con il logo della sua organizzazione sul suo account di Instagram. Ciò è **consentito** purché l'organizzazione dell'Incaricata approvi l'uso del logo del marchio commerciale.

- Un Amway Partner posta un video su Facebook con una dimostrazione (nel pieno rispetto delle regole sui claim sui prodotti) di prodotti Amway in cucina. L'Amway Partner ha un ricettario di un cuoco famoso in vista sul bancone, vicino ai prodotti Amway e indossa una maglia con il suo logo stampato sul petto. Ciò **non è consentito** perché la pubblicazione del video potrebbe lasciar pensare a una affiliazione tra l'Amway Partner e il ricettario e/o tra Amway e il cuoco.

INVIO DI RICHIESTE DI AUTORIZZAZIONE

Per BSM si pensa spesso a libri, pieghevoli, CD e materiali similari, usati a supporto, nella formazione, motivazione ed educazione di Amway Partner, clienti potenziali e consolidati (vedere la Sezione 7 delle Regole di Condotta Amway e gli Standard e le Policy europee per il BSM).

Tra i BSM vengono incluse anche risorse digitali quali app, siti Web, podcast e video.

Tutti i BSM digitali devono essere conformi alle Regole e agli Standard e le Policy per BSM.

In base a tali Regole, i BSM devono essere sottoposti ad Amway per la revisione e l'autorizzazione prima dell'uso. Le Comunicazioni Digitaliche sono BSM di natura spontanea non richiedono la previa approvazione a meno che non espressamente richiesto nei presenti Standard.

Di seguito viene riportato un elenco di Comunicazioni Digitali richiedono previa approvazione scritta di Amway prima dell'uso

- Proprietà intellettuale di Amway, Alticor e terzi.

- Immagini e video "prima e dopo" (generate dall'utente; fatta eccezione per i cosmetici o trucchi).

- Concetti di blog.

- Eventi Digitali con uso di proprietà intellettuale di terzi.

- Eventi Digitali su risorse non possedute o controllate dagli Amway Partner.

- Eventi digitali con l'utilizzo di informazioni sul Core Plan di Amway in una comunità di non Amway Partner.

- Applicazioni/APP per mobile.

- Podcast.

- Dimostrazioni di prodotti (generate dall'utente; fatta eccezione per i cosmetici o trucchi, prodotti da cucina e sessioni gastronomiche).
- Video, audio e trasmissioni in diretta salvate/ memorizzate contenenti.
- il Piano, claim sui prodotti, materiali per i candidati/ prospect, dichiarazioni sul reddito e proprietà intellettuale di terzi.
- Siti Web.

Gli Amway Partner devono inviare tutte le richieste di revisione e approvazione a Business Conduct and Rules (Regole di Condotta).

Le richieste devono includere il nome e il numero dell'Amway Partner e l'uso previsto.

Facebook® è un marchio registrato di Facebook, Inc.; YouTube è un marchio registrato di Google Inc.; Instagram® è un marchio registrato di Instagram, LLC; X (Twitter®) è un marchio registrato di X (Twitter, Inc.); Wechat® è un marchio registrato di Tencent Holdings Ltd.; VK® è un marchio registrato di Limited Liability Company "V Kontakte"; Line® è un marchio commerciale di Line Corporation; WhatsApp® è un marchio registrato di WHATSAPP INC.; SnapChat® è un marchio registrato di SNAP INC.

LinkedIn® è un marchio registrato di LinkedIn Corporation

Amazon® è un marchio di Amazon.com, Inc .; eBay® è un marchio registrato di eBay Inc .; Taobao® è un marchio registrato di Alibaba Group; Etsy® è un marchio registrato di MORGAN STANLEY SENIOR FUNDING, INC.