



Amway



STANDARDY KOMUNIKACJI CYFROWEJ

STYCZEŃ 2019

STANDARDY KOMUNIKACJI CYFROWEJ

Komunikacja cyfrowa to przekazy elektroniczne (zwykle realizowane za pomocą komputera lub urządzenia mobilnego) danych tekstowych, obrazów, materiałów wideo, głosu i innych informacji, w tym między innymi wszelkie wpisy oraz publikacje udostępniane w przestrzeni cyfrowej, w tym za pośrednictwem wiadomości e-mail, materiałów wideo, transmisji strumieniowej na żywo, wydarzeń cyfrowych, podcastów, wpisów na blogach, aplikacji mobilnych, reklam, forów, stron internetowych, a także dowolnych mediów społecznościowych lub platform komunikacyjnych, takich jak Facebook®, YouTube®, Instagram®, Twitter®, WeChat®, VK®, Line®, LinkedIn®, WhatsApp® lub Snapchat® („Komunikacja Cyfrowa”).

■ OBOWIĄZEK PRZESTRZEGANIA ZASAD I STANDARDÓW

Przedsiębiorcy Amway (PA) muszą przestrzegać Zasad współpracy z Amway, Standardów i Dokumentów Szczegółowych, zwłaszcza Europejskich Standardów i Zasad Tworzenia Biznesowych Materiałów Szkoleniowych (BMS), Zasad Tworzenia Witryn Internetowych oraz niniejszych Standardów Komunikacji Cyfrowej („SKC”), w odniesieniu do wszelkiej Komunikacji Cyfrowej związanej (bezpośrednio lub pośrednio) z możliwościami biznesowymi Amway, produktami Amway lub usługami Amway oraz stanowiącej Biznesowe Materiały Szkoleniowe (BMS) zgodnie z definicją podaną w Zasadach współpracy z Amway.

PA muszą zawsze przestrzegać wszystkich obowiązujących przepisów prawa oraz warunków korzystania z platformy cyfrowej, której używają.

PA muszą być szczerzy, dokładni i nie mogą wprowadzać innych w błąd.

Firma Amway może zażądać od PA usunięcia, odwołania, wycofania, skasowania, zmiany lub podjęcia innego działania w odniesieniu do jego Komunikacji Cyfrowej.

Należy mieć na uwadze fakt, że przykłady podane w niniejszym dokumencie mają charakter wyłącznie poglądowy i nie opisują wszystkich sytuacji dozwolonych oraz niedozwolonych.

■ ZABRONIONE FORMY KOMUNIKACJI – SPAM

PA nie mogą w żadnym wypadku angażować się w rozsyłanie spamu.

Spam definiuje się jako Komunikację Cyfrową kierowaną do osób, z którymi PA nie ma osobistych, istniejących wcześniej relacji w ramach biznesu Amway (tj. wzajemnych, bezpośrednich kontaktów biznesowych nawiązanych przed zaprezentowaniem możliwości biznesowych Amway lub produktów Amway).

Spam obejmuje również informacje wysyłane do osób, które nie wyraziły zgody na ich otrzymywanie lub z nich zrezygnowały, tj. wyraźnie poprosiły o usunięcie z listy odbiorców tego typu informacji.

Wyrażenie zgody ma miejsce wtedy, gdy osoby wyszukują i z własnej woli decydują się zaangażować, obserwować, polubić lub subskrybować Komunikację Cyfrową bądź też w inny sposób wyrażają chęć jej otrzymywania.

■ BUDOWANIE SPOŁECZNOŚCI ONLINE

Społeczności online to grupy osób, które korzystają z Komunikacji Cyfrowej w celu prowadzenia rozmów na temat różnych zainteresowań lub zagadnień. PA mogą budować społeczności online w celu omawiania możliwości biznesowych Amway za pomocą komunikacji typu Push lub Pull. Korzystanie z opisanych poniżej metod komunikacji typu Push i Pull może pomóc PA w unikaniu Spamów. W żadnym wypadku PA nie może, bezpośrednio lub pośrednio, zabiegać, pomagać, próbować nakłaniać lub zachęcać innego PA z własnej społeczności lub spoza niej do zmiany pozycji w linii rekomendacji (LOS).

Budowanie społeczności online przy użyciu komunikacji typu Pull

PA mogą zamieszczać treści w środowisku publicznym lub prywatnym, umożliwiając innym osobom ich wyszukanie i wyrażenie zgody na ich otrzymywanie. Jest to komunikacja typu Pull. Komunikacja typu Pull ma miejsce wtedy, gdy PA tworzy lub wykorzystuje treści na cyfrowych zasobach, których jest wyłącznym właścicielem lub nad którymi sprawuje wyłączną kontrolę, a osoby muszą wyszukać i z własnej woli zdecydować się zaangażować, obserwować, polubić lub subskrybować Komunikację Cyfrową bądź też w inny sposób wyrazić chęć, a tym samym zgodę na jej otrzymywanie. W procesie budowania społeczności daje to pewność, że osoby wyświetlające treści nie otrzymują Spamów oraz że zdecydowały się nawiązać kontakt z PA.

Przykłady komunikacji typu Pull:

- Osoba znajduje blog PA poświęcony biznesowi Amway i zamieszcza komentarz. PA **może** komunikować się z tą osobą, ponieważ posiada lub kontroluje zasób cyfrowy, osoba go znalazła i wyraziła zgodę na otrzymywanie informacji z jego społeczności poprzez zamieszczenie komentarza na blogu.
- PA tworzy publiczną stronę swojego biznesu Amway w serwisie Facebook. Jest to **dozwolone**, ponieważ PA posiada lub kontroluje ten zasób cyfrowy, a inne osoby muszą wyrazić zgodę na otrzymywanie informacji z jego społeczności, aby wyświetlić kolejne wpisy.
- PA tworzy hashtag #ŻyciezAmway, a inna osoba znajduje go poprzez wyszukiwanie w serwisie Instagram. Jest to **dozwolone**, ponieważ PA posiada lub kontroluje zasób cyfrowy, na którym zamieścić

hashtag, a osoba znalazła go i wyraziła zainteresowanie jego społecznością w serwisie Instagram, czyli wyraziła zgodę na otrzymywanie informacji.

- PA zamieszcza tweet na temat rozświetlającego błyszczyka do ust Artistry na swoim publicznym profilu w serwisie Twitter. Osoba szuka informacji na Twitterze, znajduje tweeta i decyduje się go polubić. PA nawiązuje kontakt z tą osobą, wysyłając do niej tweeta. Jest to **dozwolone**, ponieważ przez polubienie tweeta osoba wyraziła zainteresowanie społecznością PA, czyli wyraziła zgodę na otrzymywanie informacji.
- PA zamieszcza link promujący jego stronę internetową Amway w komentarzach do publicznego materiału wideo w serwisie YouTube. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie posiada ani nie kontroluje zasobu cyfrowego (kanału YouTube), na którym zamieszcza komentarz.

Budowanie społeczności online przy użyciu komunikacji Push

Komunikacja typu Push ma miejsce wtedy, gdy PA bezpośrednio kontaktuje się z osobami lub dostarcza im treści za pośrednictwem zasobów cyfrowych. W procesie budowania społeczności rozróżnia się dwa rodzaje komunikacji typu Push: jeden z nich jest dozwolony, a drugi nie.

Komunikacja typu Push – dozwolona: PA może wysłać treści cyfrowe do osób, z którymi łączą go osobiste, istniejące wcześniej relacje biznesowe, ponieważ należą one już do jego społeczności. Ponadto PA może kierować Komunikacją Cyfrową do osób, które wyraziły zgodę na otrzymywanie informacji oraz wyraziły zainteresowanie dołączeniem do jego społeczności.

Przykłady dozwolonej komunikacji typu Push:

- PA wysłała wiadomości z informacjami o produktach Nutrilite do osoby, która obserwuje go w serwisie Instagram. Jest to **dozwolone**, ponieważ osoba wyraziła zgodę na otrzymywanie informacji poprzez obserwowanie PA w jego społeczności Instagram.
- PA zamieszcza porady kosmetyczne na swojej profesjonalnej stronie w serwisie Facebook. Osoba znajduje tę stronę i decyduje się polubić wpis. PA wysłała do tej osoby wiadomości w celu omówienia produktów. Jest to **dozwolone**, ponieważ osoba wyraziła zgodę na otrzymywanie informacji od społeczności poprzez polubienie wpisu w serwisie Facebook.
- PA spotyka się z osobą podczas imprezy charytatywnej, tak jak oboje uzgodnili. Po spotkaniu wysłała prywatną wiadomość z informacjami o możliwościach biznesowych Amway poprzez aplikację WhatsApp. Jest to **dozwolone**, ponieważ podczas spotkania osoba ta poprosiła o kontakt w sprawie możliwości biznesowych.
- PA jest jedynym właścicielem grupy Facebook poświęconej tematyce żeglarstwa i zamieszcza treści dotyczące produktów Amway do czyszczenia łodzi. Jest to **dozwolone**, pod warunkiem, że przestrzegane są zasady określone przez właściciela zasobu cyfrowego.
- Osoba w grupie internetowej prosi, aby ktoś polecił jej PA, zamieszczając wpis: „Szukam dystrybutora

Amway”. Członek grupy podaje nazwisko PA, który następnie kontaktuje się z tą osobą, wysyłając prywatną wiadomość. Jest to **dozwolone**, ponieważ prosząc o dane kontaktowe dystrybutora Amway, osoba ta wyraziła zgodę na otrzymanie informacji.

Komunikacja typu Push – niedozwolona: PA nie może kierować Komunikacją Cyfrową do osób, z którymi nie łączą go osobiste, istniejące wcześniej konkretne i faktyczne relacje biznesowe, ani do osób, które nie wyraziły zgody na jej otrzymywanie. Wysyłanie informacji do takich osób jest uznawane za Spam i jest niedozwolone, ponieważ osoby te nie należą do społeczności PA.

Przykłady niedozwolonej komunikacji typu Push:

- PA wysłała wiadomość do osoby, którą znalazł na forum dyskusyjnym grupy. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie łączy z tą osobą osobiste, istniejące wcześniej relacje i osoba ta nie wyraziła zgody na otrzymywanie informacji od PA lub społeczności.
- PA, który jest członkiem dużej organizacji zawodowej zrzeszającej inżynierów, wchodzi w posiadanie listy mailingowej z adresami wszystkich członków i wysłała do nich wiadomość e-mail z zaproszeniem na spotkanie dla potencjalnych partnerów biznesowych. Jest to **niedozwolone**, ponieważ członkostwo w organizacji zawodowej i wejście w posiadanie listy mailingowej nie jest równoznaczne z osobistymi, istniejącymi wcześniej relacjami i wyrażeniem przez jej członków zgody na otrzymywanie informacji od społeczności PA.
- PA wysłała przez serwis LinkedIn wiadomości z informacjami o możliwościach biznesowych Amway do członka grupy absolwentów, którego nie zna. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie posiada ani nie kontroluje grupy LinkedIn oraz nie ma osobistych, istniejących wcześniej relacji z tą osobą, w związku z czym nie należy ona do społeczności PA.

Treści publikowane w prywatnym środowisku dostępnym tylko dla PA, oprócz transmisji strumieniowej na żywo:

PA mogą prywatnie zamieszczać lub wysłać następujące rodzaje treści w ramach społeczności PA:

- Listy dostępnych i zarejestrowanych/autoryzowanych Biznesowych Materiałów Szkoleniowych (BMS).
- Informacje promocyjne związane z organizacją szkoleń dla PA, w tym między innymi terminy imprez i ceny biletów.

Treści których nie wolno publikować w żadnym środowisku

PA nie wolno zamieszczać następujących rodzajów treści zarówno w społecznościach prywatnych, jak i publicznych:

- Informacje o liniach rekomendacji (LOS)
- Informacje poufne i/lub szczególnie chronione informacje firmowe, w tym między innymi informacje o produktach udostępniane przed ich wprowadzeniem na rynek, informacje o zmianach w kadrze zarządzającej, zamknięciu zakładów produkcyjnych, przejęciu innych spółek itp.

Komunikacja w obrębie społeczności

Gdy osoba wyrazi zgodę na otrzymywanie informacji od społeczności, można jej wysłać wszystkie informacje

zarówno w ramach komunikacji typu Push, jak i Pull, pod warunkiem, że są one zgodne z Zasadami współpracy z Amway, Dokumentami Szczegółowymi i Standardami. Niemniej jednak podczas tworzenia społeczności PA należy stosować metody komunikacji Push lub Pull spełniające wymogi określone w poniższych sekcjach.

■ PREZENTOWANIE MOŻLIWOŚCI BIZNESOWYCH AMWAY

PA może prezentować klientom i potencjalnym PA możliwości biznesowe Amway, w tym stosując wezwanie do działania, na zasobach cyfrowych, które posiada lub kontroluje, pod warunkiem, że osoby te wyraziły zgodę na otrzymywanie informacji (komunikacja typu Pull). PA może również zaprosić na prezentację potencjalnie zainteresowaną osobę, z którą łączą go istniejące wcześniej relacje biznesowe (komunikacja typu Push).

Treści tworzone przez użytkownika

PA może promować możliwości biznesowe Amway oraz produkty Amway poprzez zamieszczanie utworzonych przez siebie treści, w tym materiałów wideo, audio, obrazów (przedstawiających produkty, osoby lub inne treści) oraz zdjęć autoportretowych (selfie) z produktem Amway lub bez niego, pod warunkiem, że dołączony do nich tekst jest zgodny z prawdą, dokładny i nie wprowadza innych w błąd. Niemniej jednak treści generowane przez użytkownika zawierające wyłącznie znaki towarowe należące do firmy Amway (nazwy produktów / marek / logo) lub obrazy produktów Amway nie mogą być używane w zdjęciach profilowych, zdjęciach na okładkach lub podobnym odpowiednim obszarze na zasobie cyfrowym.

Pozyskiwanie potencjalnych partnerów biznesowych – przykłady

- PA zamieszcza na swoim koncie w serwisie Instagram selfie, na którym trzyma produkt Amway, a poniżej dodaje wezwanie do działania: „Wyślij do mnie wiadomość, aby dowiedzieć się więcej na temat możliwości biznesowych Amway”. Jest to **dozwolone**, ponieważ PA posiada lub kontroluje ten zasób cyfrowy, a osoby decydujące się wysłać do niego wiadomość wyrażają tym samym zgodę na otrzymanie dodatkowych informacji.
- PA przekazuje dalej tweet zamieszczony na oficjalnym koncie firmy Amway w serwisie Twitter, dotyczący rozpoczęcia współpracy z Amway. W swoim wpisie wzmiankuje korzyści związane z byciem Przedsiębiorcą Amway i zachęca obserwujące go osoby, aby skontaktowały się z nim w celu rejestracji. Jest to **dozwolone**, ponieważ osoby, które decydują się odpowiedzieć, wyrażają tym samym zgodę na otrzymanie dodatkowych informacji na temat firmy Amway.
- PA zamieszcza na blogu znajomego materiał wideo dotyczący rekomendacji do własnego biznesu Amway. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie posiada ani nie kontroluje tego zasobu cyfrowego, w związku z czym osoby odwiedzające blog nie wyraziły zgody na otrzymywanie informacji od niego.

■ SPRZEDAŻ

PA może promować produkty przeznaczone do sprzedaży klientom i potencjalnym partnerom biznesowym, w tym stosując wezwanie do działania, na zasobach cyfrowych, które posiada lub kontroluje, pod warunkiem, że osoby te wyraziły zgodę na otrzymywanie informacji od społeczności PA.

PA może zrealizować transakcję sprzedaży poprzez:

- Osobistą stronę oferowaną na stronie internetowej firmy Amway.
- Własną stronę internetową autoryzowaną przez firmę Amway.

PA może również zawsze zrealizować transakcję sprzedaży poza Internetem.

Ceny

PA nie może dodawać informacji o cenach (cenie produktu lub jakichkolwiek zniżkach do ceny produktu) na jakimkolwiek zasobie cyfrowym lub w jakiegokolwiek komunikacji cyfrowej. Wyjątkiem jest

- Prywatna, osobista komunikacja cyfrowa, np. SMS-y, bezpośrednie wiadomości, e-mail itp.
- Bezpośredni link lub wpis udostępniony z oficjalnego zasobu cyfrowego Amway.

PA może dodawać informacji o cenach na jakimkolwiek zasobie cyfrowym związanym ze sprzedażą detaliczną produktów Amway, a mianowicie

- Jego / jej Strony Osobistej Przedsiębiorcy Amway (Strona Osobista PA).
- Jego / jej osobisty i zatwierdzony przez Amway sklep internetowy.

Treści tworzone przez użytkownika / lokowanie produktu

PA może prowadzić sprzedaż zgodnie z niniejszymi SKC poprzez zamieszczanie utworzonych przez siebie treści, w tym materiałów wideo, audio, obrazów (przedstawiających produkty, osoby lub inne treści) oraz zdjęć autoportretowych (selfie) z produktami Amway lub bez nich, pod warunkiem, że dołączony do nich tekst jest zgodny z prawdą, dokładny i nie wprowadza innych w błąd. Niemniej jednak treści generowane przez użytkownika zawierające wyłącznie znaki towarowe należące do firmy Amway (nazwy produktów / marek / logo) lub obrazy produktów Amway nie mogą być używane w zdjęciach profilowych, zdjęciach na okładkach lub podobnym odpowiednim obszarze na zasobie cyfrowym. PA nie wolno wykorzystywać ani upoważniać osób niebędących Przedsiębiorcami Amway (kluczowi decydenci, klienci, odsprzedające osoby trzecie, itp.) do sprzedaży lub promowania produktów i usług Amway w ich imieniu, w tym poprzez użycie wprowadzających w błąd taktyk mających na celu zwiększenie sprzedaży lub popularności ich zasobów cyfrowych.

Przykłady sprzedaży:

- PA zamieszcza wezwanie do działania na stronie Facebook globalnej centrali firmy Amway, zachęcając odwiedzające ją osoby do zamawiania produktów u siebie. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie posiada ani nie kontroluje strony globalnej centrali firmy Amway w serwisie Facebook.

- PA korzysta z usług wideoblogera publikującego materiały w serwisie YouTube w celu sprzedaży produktów Amway i promowania własnego biznesu. Wideobloger może promować produkty Amway i powoływać się na PA, pod warunkiem, że nie otrzymuje wynagrodzenia z tytułu promowania produktów i rekomendacji. Niemniej jednak **nie może** sprzedawać produktów Amway, ponieważ jest osobą trzecią działającą w imieniu PA i nie ma upoważnienia do ich sprzedaży.

■ KORZYSTANIE Z INNYCH SPOŁECZNOŚCI/BIZNESÓW W POŁĄCZENIU Z BIZNESEM AMWAY

Osobisty zasób cyfrowy PA zawierający treści mieszane łączy w sobie kilka zainteresowań osobistych lub biznesów. PA mogą łączyć treści związane z własnym biznesem Amway z treściami związanymi z innymi swoimi społecznościami i biznesami. Oznacza to, że w zasobach zawierających treści mieszane, które PA posiada lub kontroluje, może on korzystać z własnych społeczności i biznesów niezwiązanych z Amway, sprzedawać produkty Amway oraz pozyskiwać nowych partnerów biznesowych, z którymi nawiązał kontakt poprzez te biznesy lub społeczności. Oznacza to również, że w zasobach tych PA może korzystać ze społeczności Amway, promować, rekomendować i sprzedawać produkty firm innych niż Amway oraz pozyskiwać nowych partnerów biznesowych, z którymi nawiązał kontakt poprzez tę społeczność Amway, pod warunkiem, że PA nigdy wcześniej nie był zakwalifikowany na poziom Diamentu lub wyższy.

Zasoby PA zawierające treści mieszane nie mogą być przeznaczone wyłącznie do prowadzenia odrębnej działalności komercyjnej ani wykorzystywane do sprzedaży internetowej (np. zasoby cyfrowe służące do zawierania transakcji handlu elektronicznego).

Niemniej jednak PA nie może używać oficjalnych cyfrowych zasobów Amway ani własnych zasobów cyfrowych przeznaczonych wyłącznie do prowadzenia działalności biznesowej Amway do nakłaniania PA lub klientów do dołączenia do biznesu niezwiązanego z Amway ani do zamawiania usług lub produktów oferowanych przez ten biznes. I odwrotnie, PA nie może wykorzystywać swoich zasobów biznesów niezwiązanych z Amway w celu promowania lub sprzedaży produktów lub usług Amway lub promowania możliwości biznesowych Amway. Zasoby zawierające treści mieszane muszą być zgodni z warunkami tych zasobów, społeczności lub biznesu.

PA nie mogą korzystać z następujących społeczności i biznesów w połączeniu z biznesem Amway:

- Oferowane przez konkurencję możliwości biznesowe, sprzedaż bezpośrednia lub działalność w ramach marketingu wielopoziomowego (MLM).
- Produkty lub usługi, które nie mogą być sprzedawane w Internecie lub które wymagają licencji lub zezwoleń na sprzedaż, pożyczki, inwestycje finansowe, usługi prawne, usługi medyczne itp.
- Kontrowersyjna działalność lub tematyka, np. pornografia, palenie tytoniu, polityka, medycyna alternatywna, religia, hazard, programy inwestycyjne.

Społeczności zaprojektowane w celu przyciągnięcia osób zainteresowanych do Amway, takie jak usługi, w tym mentoring, coaching w stylu życia, doradztwo małżeńskie, doradztwo duchowe, wystąpienia publiczne lub rozwój przedsiębiorczości lub jakiegokolwiek usługi, które są wykorzystywane jako pretekst przede wszystkim do przyciągnięcia ludzi do Amway, ale oferują produkty, usługi lub interesy inne niż produkty Amway lub możliwość Amway. Ponadto, PA mogą mieszać i wykorzystywać produkty, które bezpośrednio konkurują i są funkcjonalnie zamienne z produktami z portfolio produktów Amway. Przedsiębiorcy Amway nie mogą jednak sprzedawać produktów za pomocą zasobów zawierających treści mieszane ani za ich pośrednictwem, ani też nie mogą otrzymywać żadnych rekompensat pieniężnych w zamian za mieszanie i wykorzystywanie takich produktów.

W społecznościach mieszanych transakcje sprzedaży produktów Amway muszą być zawierane oddzielnie od transakcji sprzedaży produktów firm innych niż Amway. PA nie mogą łączyć produktów Amway z produktami innych firm w ramach promocji lub ofert handlowych.

■ Korzystanie z innych społeczności/biznesów w połączeniu z biznesem Amway – przykłady

- PA jest entuzjastką kolarstwa szosowego i wykorzystuje osobisty zasób cyfrowy niebędący sklepem internetowym do dyskusji i dzielenia się pomysłami z innymi pasjonatami kolarstwa. Używa go również do promowania zdrowego stylu życia z pomocą produktów Nutrilite oraz do sprzedaży akcesoriów rowerowych. Jest to **dozwolone**, ponieważ PA posiada lub kontroluje ten zasób cyfrowy, nie jest on przeznaczony wyłącznie do prowadzenia sprzedaży internetowej, a każda osoba, która wyświetli zawarte w nim treści wyraża zgodę na otrzymywanie informacji.
- Srebrny PA prowadzi osobisty zasób cyfrowy zawierający informacje o jego rodzinie, biznesie Amway oraz należącym do niego zakładzie rzemieślniczym wytwarzającym świece. Zamieszcza zdjęcie kilku świec i zachęca odwiedzających do kontaktu w celu ich nabycia. Jest to **dozwolone**, ponieważ PA wykorzystuje zasób cyfrowy zawierający treści mieszane do sprzedaży produktów innych niż Amway dozwolonej firmy, a jego biznes Amway nie osiągnął jeszcze poziomu Diamentu.
- PA umieszcza na swoim blogu listę pięciu ulubionych pomadek, w tym jedną z Artistry. Jest to **dozwolone**, ponieważ zasób cyfrowy jest własnością i jest kontrolowany przez PA, w dodatku PA może mieszać i wykorzystywać inne produkty bezpośrednio konkurujące z produktami Amway, o ile nie sprzedaje ich również za pośrednictwem zasobu cyfrowego lub nie dostaje rekompensaty za zamieszczanie informacji o konkurencyjnych produktach.
- PA zamieszcza na profesjonalnym koncie Instagram swojej restauracji informacje na temat własnego biznesu. Jest to **niedozwolone**, ponieważ cyfrowy zasób jest używany wyłącznie na potrzeby restauracji, czyli odrębnego podmiotu komercyjnego.
- PA jest muzykiem i prowadzi stronę internetową, na której promuje i sprzedaje swoją muzykę. PA wykorzystuje stronę Facebook poświęconą swojemu

biznesowi Amway do przesyłania informacji o terminach swojego tournée i zachęca innych PA do zakupu biletów. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA wykorzystuje zasób cyfrowy przeznaczony wyłącznie na treści Amway do zachęcania innych do zakupu biletów na wydarzenia niezwiązane z biznesem Amway.

- PA prowadzi stronę internetową promującą swoją firmę zajmującą się coachingiem stylu życia. Osoba znajduje tę stronę, spotyka się z PA i dowiaduje się, że PA używa strony do pozyskiwania nowych Przedsiębiorców Amway. Jest to **niedozwolone**, ponieważ firma jest fikcyjna, a podane informacje wprowadzają odwiedzających w błąd.

■ REKLAMA I PROMOCJA

PA mogą reklamować swój biznes za pomocą zamieszczanych na stronach wyszukiwarek bezpłatnych wizytówek firmowych, które mogą zawierać wezwanie do działania, wykorzystując w tym celu jeden z następujących zatwierdzonych przez firmę Amway szablonów (dostosować treść odpowiednio do rynku). Użycie innego formatu wymaga uprzedniej autoryzacji Amway, co ma na celu między innymi zapewnienie prawidłowego korzystania z własności intelektualnej Amway i uniknięcie konfliktu z przekazem marki.

Przykłady reklam:

- PA tworzy wizytówkę w serwisie Google Moja Firma w celu reklamowania swojego biznesu Amway. Jest to **dozwolone**, ponieważ jest to darmowa strona wyszukiwarki umożliwiająca zamieszczanie informacji o firmach. Dodatkowo należy użyć zatwierzonego przez firmę Amway szablonu.
- PA tworzy sponsorowaną reklamę produktu Artistry Crème LX™ w serwisie Facebook. Jest to **niedozwolone**, ponieważ może to spowodować konflikt z przekazem Amway.

■ MATERIAŁY WIDEO, AUDIO I TRANSMISJA STRUMIENIOWA NA ŻYWO

Materiały wideo, audio i transmisja strumieniowa na żywo (która obejmuje transmisję wideo i/lub audio – „Transmisja Strumieniowa na Żywo”) w ramach Komunikacji Cyfrowej zazwyczaj nie wymagają uzyskania uprzedniej pisemnej zgody firmy Amway, jeśli są realizowane na zasobach posiadanych lub kontrolowanych przez PA. PA może zawsze wysłać materiały wideo i audio do firmy Amway w celu zasięgnięcia jej opinii i zweryfikowania ich przed zamieszczeniem – patrz punkt „Przesyłanie materiałów do autoryzacji” w końcowej części niniejszego dokumentu. Treści muszą być zgodne z Zasadami współpracy z Amway, Standardami i Dokumentami Szczegółowymi.

Materiały wideo, audio i transmisja strumieniowa na żywo nie mogą zawierać następujących treści:

- Treści utworzone przez dostawców BMS lub organizacje zapewniające wsparcie dla PA.

- Informacje o liniach rekomendacji (LOS).
- Nieautoryzowane twierdzenia.
- Listy dostępnych BMS i ceny (w tym ceny biletów).
- Informacje poufne i/lub szczególnie chronione informacje o firmie Amway, w tym między innymi informacje o produktach udostępniane przed ich wprowadzeniem na rynek, informacje o zmianach w kadrze zarządzającej, zamknięciu zakładów produkcyjnych, przejęciu innych spółek itp.
- Inne materiały niezgodne z Zasadami współpracy z Amway, Standardami i Dokumentami Szczegółowymi.

Transmisje Strumieniowe na Żywo, gdy nie są zapisywane / zapamiętywane, mogą obejmować:

- Informacje o sprzedaży i marketingu Amway wraz z wymaganymi ujawnieniami, w tym bez ograniczeń, w jaki sposób zarabiać i otrzymywać zarobki i kwalifikacje, nagrody i premie za pośrednictwem Amway.
- Zatwierdzony BMS dla osób potencjalnie zainteresowanych.
- Informacje na temat organizacji szkoleń PA, w tym między innymi daty wydarzeń i ceny biletów.

Niemniej jednak w przypadku materiałów wideo i audio, łącznie z zapisanymi/zarejestrowanymi Transmisjami Strumieniowymi na Żywo, przekazywanych do dystrybucji, sprzedaży lub użytku podczas spotkań offline wymagane jest uzyskanie uprzedniej pisemnej zgody.

Ponadto materiały wideo, audio i zapisane/zarejestrowane Transmisje Strumieniowe na Żywo zawierające poniższe elementy również wymagają uzyskania uprzedniej pisemnej zgody firmy Amway:

- Plan: Treści używane do opisanego zawartości Planu Sprzedaży i Marketingu Amway, w tym między innymi pokazujące, jak zarabiać pieniądze oraz uzyskiwać dochody, kwalifikacje, nagrody i premie dzięki Amway, wykorzystywane podczas spotkań z potencjalnymi partnerami biznesowymi lub do szkolenia PA w zakresie prezentacji Planu.
- Twierdzenia dotyczące produktów: Treści odbiegające od zaakceptowanych przez Amway twierdzeń dotyczących produktów.
- Pozyskiwanie potencjalnych partnerów biznesowych: Treści dotyczące szkoleń z zakresu technik pozyskiwania nowych partnerów biznesowych, i rekomendowania.
- Informacje dotyczące dochodów.
- Własność intelektualna osób trzecich, w tym między innymi muzyka, znaki, logo, grafika i obrazy (dodatkowo wymagana jest zgoda osoby trzeciej).

■ STRONY INTERNETOWE, APLIKACJE MOBILNE, PODCASTY I BLOGI

PA musi przedłożyć firmie Amway strony internetowe, aplikacje mobilne, podcasty i blogi w celu weryfikacji i uzyskania uprzedniej autoryzacji. Adresy URL nie mogą być mylące, wprowadzać w błąd ani naruszać Zasad współpracy z Amway (np. Latwepieniadze.com, Przejdznaemeryturejuzdzis@EU.com, Niewymagasprzedazy.com).

Strony internetowe prowadzone przez PA

Jeśli PA zdecyduje się stworzyć stronę internetową w celu wspierania swojego biznesu Amway, musi przestrzegać nie tylko Zasad współpracy z Amway, ale zwłaszcza niniejszych Standardów Komunikacji Cyfrowej.

Strony internetowe PA to wszystkie strony stworzone z myślą o wspieraniu i rozwoju własnego biznesu Amway, niezależnie od tego, kto projektuje lub hostuje daną stronę internetową PA.

Każda strona internetowa musi przed uruchomieniem zostać zgłoszona do firmy Amway w celu weryfikacji i autoryzacji. Dotyczy to również wszelkich zmian wprowadzanych na autoryzowanych stronach. Firma Amway zastrzega sobie prawo do monitorowania wszystkich stron internetowych prowadzonych przez PA celem weryfikowania poprawności przedstawianych na nich treści, jak również celem powzięcia odpowiednich kroków przeciwko każdemu PA, którego strona internetowa nie spełnia zaleceń przedstawionych w niniejszym dokumencie lub innych stosownych regulacji.

Weryfikacja i autoryzacja przeprowadzane przez firmę Amway kończą się wynikiem pozytywnym po stwierdzeniu zgodności z Zasadami współpracy z Amway, Dokumentami Szczegółowymi i Standardami. Firma Amway nie odmówi bez uzasadnionej przyczyny zgody na prowadzenie strony internetowej jak również na dokonywanie w niej zmian. PA są odpowiedzialni za zgodność z wszystkimi obowiązującymi przepisami prawnymi i regulacjami dotyczącymi ich stron internetowych. Weryfikacja i autoryzacja stron internetowych PA przez Amway są ograniczone do pewnych aspektów ich zawartości, a w szczególności do zgodności z Zasadami współpracy z Amway, Dokumentami Szczegółowymi, Standardami oraz Dokumentami załączonymi do Umowy z Amway, niemniej ich celem nie jest weryfikacja zgodności z wszystkimi przepisami prawnymi i regulacjami dotyczącymi stron internetowych, dlatego też PA nie są zwolnieni z obowiązku ich przestrzegania.

Produkty, usługi i możliwości biznesowe oferowane przez inne firmy: Na stronach internetowych prowadzonych przez PA nie wolno oferować, prezentować ani sprzedawać produktów lub usług firm innych niż Amway, bezpośrednio lub pośrednio za pomocą banerów reklamowych, linków lub ramek.

Informacje dla klientów, partnerów z dolnej linii rekomendacji i użytkowników strony internetowej: PA są zobligowani do zamieszczenia na swoich stronach internetowych odpowiednich oświadczeń dotyczących ochrony prywatności zgodnych z Polityką Prywatności Amway oraz obowiązującymi przepisami prawa i regulacjami. Może to wymagać od PA zwrócenia się o poradę prawną w celu upewnienia się, że ich polityki prywatności są zgodne z obowiązującym przepisami prawa. Strona internetowa może wymagać od odwiedzających podania informacji osobowych tylko w takim zakresie, jaki jest potrzebny do umożliwienia im wysłania wiadomości e-mail do osób zarządzających stroną. w przypadku, gdy witryna internetowa PA oferuje odwiedzającym możliwość

wysłania wiadomości e-mail do jej właścicieli, musi jasno precyzować, że skorzystanie z tej możliwości spowoduje automatyczne udostępnienie Przedsiębiorcy Amway zwrotnego adresu e-mail odwiedzającego oraz że adres ten zostanie wykorzystany tylko do wysłania odpowiedzi na pytania osoby odwiedzającej i bez jej zgody nie zostanie użyty do żadnych innych celów.

Prawo właściwe i jurysdykcja: PA powinni jasno określić, jakiemu prawu właściwemu i jurysdykcji podlegają ich strony internetowe oraz zawierane na nich transakcje. Z boku, w miejscu, które klient może łatwo odnaleźć, należy umieścić obowiązkowe, wymagane przepisami prawa informacje na temat właściciela strony internetowej.

Aktualizowanie strony internetowej: Wszystkie strony internetowe prowadzone przez PA muszą być aktualizowane regularnie lub adekwatnie do rozwoju wydarzeń oraz powinny zawierać datę ich ostatniej aktualizacji. Przed publikacją wszelkie zmiany muszą zostać przesłane do firmy Amway w celu weryfikacji i autoryzacji.

Specjalne postanowienia dotyczące jakości obowiązujące w przypadku sklepów internetowych

Standardy jakości Amway mają na celu zapewnienie profesjonalnego i właściwego sposobu oferowania produktów Amway oraz budowanie wiarygodności marki Amway oraz marek produktów Amway. Aby zapewnić zgodność ze standardami jakości wyznaczonymi przez Amway na oficjalnych stronach internetowych Amway w zakresie prezentacji i sprzedaży produktów Amway, PA podejmujący decyzję o stworzeniu strony internetowej związanej z Amway, możliwościami biznesowymi Amway oraz produktami i usługami Amway musi spełnić postanowienia dotyczące jakości zdefiniowane poniżej. Postanowienia te odzwierciedlają standardy jakości wyznaczone przez firmę Amway podczas tworzenia oficjalnej strony internetowej Amway.

1. Informacje osobiste dotyczące PA powinny odnosić się do jego biznesu Amway oraz do osobistych osiągnięć uzyskanych w ramach tego biznesu.
2. Osobiste zdjęcia oraz powitania w formie nagrania audio/wideo powinny mieć charakter biznesowy i być związane z biznesem Amway.
3. Należy stworzyć przejrzystą i dobrze zorganizowaną obecność w Internecie, posiadającą profesjonalny i odpowiedni układ, styl i wygląd, porównywalne z profesjonalnym stylem oficjalnych stron internetowych Amway.
4. „Standardy jakości związane z prezentowaniem możliwości biznesowych Amway” — kryteria są następujące:
 - ◆ Informacje o Amway i możliwościach biznesowych Amway muszą być zgodne z prawdą, dokładne i oparte na aktualnym stanie faktycznym.
 - ◆ Informacje wyjaśniające i statystyczne odnoszące się do trendów ekonomicznych oraz ogólnego otoczenia biznesowego i przewidywań na temat przyszłości muszą być identyfikowalne i dokładnie poparte materiałami źródłowymi.
 - ◆ Strony prezentujące możliwości prowadzenia biznesu muszą być zabezpieczone hasłem.

5. „Standardy jakości związane z oferowaniem produktów Amway” – kryteria są następujące:

◆ W celu uniknięcia fałszywych, wprowadzających w błąd lub niewłaściwych twierdzeń na temat produktów Amway lub naruszenia obowiązującego prawa w inny sposób PA mogą:

(a) wykorzystywać jedynie oficjalne fotografie produktów Amway posiadające licencję Amway pozwalającą na ich używanie do tego konkretnego zastosowania lub fotografie utrzymane w porównywalnym stylu i o porównywalnej jakości,

(b) wykorzystywać twierdzenia na temat produktów oraz oświadczenia w formie publikowanej w bieżącej literaturze Amway lub na oficjalnych stronach internetowych Amway przeznaczonych do wykorzystania podczas pracy z klientami na danym rynku. **Wszelkie zdjęcia produktów dystrybuowanych przez Amway, które pojawiają się na stronie internetowej, muszą zostać wcześniej wyraźnie zatwierdzone i autoryzowane przez Amway.**

◆ Wszystkie wymagane i stosowne oznaczenia znaków towarowych i praw autorskich muszą być dobrze widoczne na stronie.

◆ Należy spełnić wszystkie wymogi prawne, w tym przykładowe wymogi podane poniżej:

Należy przedstawić klientom dokładne i szczegółowe informacje w sposób jasny i łatwy do zrozumienia przed dokonaniem sprzedaży przez Internet. Mogą one obejmować przykładowo następujące informacje:

(a) Wszystkie informacje należy podać w języku rynku docelowego danej strony internetowej.

(b) dane PA jako dostawcy produktów oraz adres prowadzenia działalności, pod którym klient może składać reklamacje;

(c) opis towarów/usług oferowanych w sprzedaży poprzez stronę internetową prowadzoną przez PA;

(d) ceny towarów/usług ze wszystkimi podatkami (np. podatkiem VAT);

(e) koszty dostawy (jeżeli występują) oraz sposób dostawy;

(f) opis sposobów dokonywania płatności;

(g) informacja, że klient może odstąpić od umowy zakupu w ciągu dwóch tygodni bez ponoszenia z tego tytułu kary, a w niektórych przypadkach pokrywając tylko bezpośrednie koszty zwrotu towaru do sprzedawcy („prawo odstąpienia od umowy”);

(h) informacja, jak można skorzystać z prawa do odstąpienia od umowy;

(i) informacja na temat obsługi posprzedażowej i gwarancji.

Krajowe przepisy, które wprowadzają w życie zasady dyrektywy UE o sprzedaży na odległość, lub podobne krajowe regulacje prawne mogą w pewnym stopniu modyfikować wymagania odnośnie tego, jakie dokładnie informacje należy przekazać klientom.

PA powinni zawsze zasięgnąć porady prawnej lokalnie, aby upewnić się, że ich strony internetowe

zawierają wszystkie odpowiednie informacje wymagane przez prawo krajowe.

◆ Jakość zgodnie z definicją ogólnych standardów jakości, np.

(a) Podstawowa użyteczność, w odniesieniu do przejrzystej hierarchii wizualnej, łatwe do rozpoznania poziomy nagłówków, zrozumiała i spójna nawigacja.

(b) Stosowanie odpowiedniego języka.

(c) Działanie, struktura i układ strony.

(d) Dostępność dla użytkowników.

(e) Dostępność dla urządzeń – czy strona działa prawidłowo w różnych przeglądarkach internetowych, czy poprawnie się drukuje i wyświetla na urządzeniach przenośnych.

(f) Używanie bezpiecznego systemu obsługi sklepu w celu zapewnienia bezpieczeństwa przesyłania danych i dokonywania płatności.

6. Dodatkowo w zawartości witryny mogą się znaleźć:

◆ Formularze online oraz zamówienia składane online zgodne z obowiązującymi krajowymi przepisami prawa i regulacjami, pozwalające kupującym na identyfikację i korektę wszelkich błędów lub modyfikację zamówienia, zastanowienie się i poinformowanie o zgodzie na zakup i otrzymanie kompletnego i dokładnego dowodu swojego zakupu.

◆ Łatwe w użyciu, bezpieczne formy płatności oraz informacje o poziomie ich bezpieczeństwa, zgodne z wymaganiami obowiązujących przepisów i regulacji dotyczących ochrony danych osobowych.

■ WYDARZENIA CYFROWE

PA mogą organizować cyfrowe lub wirtualne wydarzenia związane ze swoim biznesem Amway, pod warunkiem, że przestrzegają Zasad współpracy z Amway, Standardów i Dokumentów Szczegółowych, a cyfrowe wydarzenie odbywa się na zasobach, które PA posiada lub kontroluje. Wydarzenia cyfrowe definiuje się jako wydarzenia organizowane w środowisku wirtualnym przez określony czas, posiadające wspólną tematykę i skierowane do określonej grupy lub społeczności („Wydarzenia Cyfrowe”). Wydarzenia Cyfrowe odbywające się na zasobach, których PA nie posiada ani nie kontroluje, są dozwolone, pod warunkiem uzyskania uprzedniej pisemnej zgody firmy Amway oraz pozwolenia organizatora wydarzenia.

Wszystkie Wydarzenia Cyfrowe muszą spełniać następujące wymagania:

■ Jeśli są sprzedawane produkty, muszą one być zgodne z tematyką wydarzenia.

■ Wszelka sprzedaż online dokonana podczas wydarzenia musi być realizowana przez osobistą stronę PA lub autoryzowaną stronę internetową Amway. Sprzedaży można również dokonywać poza Internetem.

■ Firma Amway musi wcześniej zatwierdzić wszystkie materiały, które będą używane lub udostępniane podczas wydarzenia.

■ Szczególnie chronione informacje firmowe są dozwolone tylko w społeczności składającej się wyłącznie z PA.

Listy dostępnych i zarejestrowanych/autoryzowanych Biznesowych Materiałów Szkoleniowych (BMS) oraz informacje promocyjne związane z organizacją szkoleń dla PA., biletami oraz wydarzeniami są dozwolone tylko w społeczności składającej się wyłącznie z PA. W przypadku zamiaru udostępnienia Planu Sprzedaży i Marketingu Amway w społeczności innej niż PA, należy zgłosić ten fakt firmie Amway w celu uzyskania autoryzacji.

- Nie wolno używać treści pochodzącej od osoby trzeciej bez uzyskania uprzedniej pisemnej zgody tej osoby oraz zgody firmy Amway.

Przykłady Wydarzeń Cyfrowych:

- PA organizuje wirtualną imprezę Artistry w serwisie Facebook. Jest to **dozwolone**, ponieważ impreza jest organizowana w zasobie, który PA posiada lub kontroluje.
- PA tworzy zaproszenie na publiczne wydarzenie organizowane w serwisie Facebook w celu promowania planowanego pokazu kulinarnego z użyciem produktów Amway. Jest to **dozwolone**, ponieważ PA posiada lub kontroluje ten zasób cyfrowy.
- PA zostaje poproszony o wzięcie udziału w wywiadzie rejestrowanym w formie podcastu, w którym ma rozmawiać na temat własnych doświadczeń związanych z biznesem Amway i produktami Amway. Jest to **dozwolone** po uzyskaniu uprzedniej pisemnej zgody firmy Amway, ponieważ wydarzenie nie jest organizowane na zasobie, który PA posiada lub kontroluje.
- PA dołącza w serwisie Facebook do wirtualnego wydarzenia poświęconego kosmetykom w publicznej grupie znajomego i zaczyna promować swój biznes Amway. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie uzyskał uprzedniej pisemnej zgody firmy Amway ani zgody organizatora, a wydarzenie jest organizowane na zasobie, którego PA nie posiada ani nie kontroluje.

■ TWIERDZENIA DOTYCZĄCE FIRMY AMWAY

Twierdzenia dotyczące Planu, możliwości biznesowych, produktów lub usług Amway oferowanych za pośrednictwem lub przez firmę Amway muszą być zgodne z prawdą, dokładne, nie mogą wprowadzać w błąd i muszą być zgodne z krajowymi przepisami dotyczącymi reklamy.

Twierdzenia dotyczące produktów i usług Amway muszą zawierać sformułowania zatwierdzone specjalnie w tym celu przez firmę Amway i nie mogą być zmieniane.

Dochody i styl życia

Wszelkie bezpośrednie lub pośrednie informacje dotyczące dochodów muszą przedstawiać realne i niewyolbrzymione możliwości uzyskania dochodów oraz oczekiwania co do stylu życia. W materiałach prezentujących dochody, styl życia oraz Plan, w których opisywany jest sposób zarabiania pieniędzy w biznesie Amway, może być wymagane użycie odpowiednich ujawnień.

Przykład dochodu i stylu życia:

PA publikuje na Instagramie zdjęcie czeku, który zarobił od Amway i stwierdza, że osiągnął jeden z celów na ten

rok i cieszy się, że jego ciężka praca została uznana. Jest to dozwolone, ponieważ PA może zamieścić informacje o swoich osobistych doświadczeniach, jeśli stwierdzenia są prawdziwe, dokładne i nie wprowadzają w błąd.

Rekomendacje i osobiste relacje

Rekomendacje i osobiste relacje muszą wyrażać uczciwą opinię, poglądy lub doświadczenie osoby, która je przekazuje. Nie można wykorzystywać rekomendacji lub osobistych relacji do formułowania twierdzenia, którego firma Amway nie mogłaby w świetle prawa sformułować.

PA nie mogą przekazywać żadnej formy wynagrodzenia w zamian za rekomendację, osobiste relacje lub pozytywne recenzje, z wyjątkiem próbek produktów. PA nie mogą przekazywać żadnej formy wynagrodzenia w zamian za zdobywanie obserwujących lub polubień.

Jeśli istnieje istotny związek między osobą przekazującą rekomendację lub osobistą relację a firmą Amway, który nie jest znany odbiorcom lub którego mogą się nie domyślać, musi on zostać ujawniony. Przykładem istotnego związku może być fakt, że osoba otrzymała darmowy produkt w zamian za rekomendację lub osobistą relację lub fakt, że osoba przekazująca rekomendację lub osobistą relację jest Przedsiębiorcą Amway. Ujawnienia muszą być zrozumiałe, wyraźne, dobrze widoczne, czytelne i umieszczone w pobliżu twierdzenia.

Rekomendacje i osobiste relacje – przykłady:

- PA przekazuje dalej tweet z osobistą relacją klientki opisującej wspaniały wygląd swoich włosów po użyciu darmowej próbki szamponu Satinique. Jest to **dozwolone**, ponieważ informacja o darmowej próbce została ujawniona w tweecie, a klientka nie otrzymała żadnego dodatkowego wynagrodzenia.
- PA przekazuje wideoblogerowi dwa opakowania produktu SA8™ w zamian za pozytywne recenzje na jego blogu. Jest to **niedozwolone**, ponieważ ilość produktu wskazuje, że nie jest to próbka.

Zdjęcia i materiały wideo „przed i po”

Zdjęcia i materiały wideo „przed i po” stanowią formę osobistej relacji, niezależnie od tego, czy przedstawiają one PA, czy kogoś innego. Osobista relacja nie może zawierać twierdzenia, którego firma Amway nie mogłaby w świetle prawa sformułować.

PA musi uzyskać uprzednią pisemną zgodę firmy Amway na wykorzystanie zdjęć lub materiałów wideo „przed i po”, dotyczących produktów Amway lub ich stosowania.

Uprzednia pisemna zgoda nie jest jednak wymagana w przypadku następujących zdjęć i materiałów wideo „przed i po”:

- Zdjęcia i materiały wideo „przed i po” dostarczone przez firmę Amway, zawierające wszelkie wymagane ujawnienia.
- Zdjęcia i materiały wideo „przed i po” przedstawiające stosowanie kosmetyków kolorowych Amway (do makijażu); to nie może obejmować produktów do pielęgnacji skóry).

- Zdjęcie lub materiał wideo nie może zawierać żadnych napisów, tekstu ani dźwięków, których zawartość wykracza poza zakres twierdzenia, jakie Amway formułuje wobec produktu.
- W zdjęciu lub materiale wideo nie mogą być przedstawiane lub pokazywane produkty innych firm ani wymieniane nazwy tych produktów.

Jeśli istnieje istotny związek między osobą przekazującą rekomendację lub osobistą relację a firmą Amway, który nie jest znany odbiorcom lub którego mogą się nie domyślać, musi on zostać ujawniony. Ujawnienia muszą być zrozumiałe, wyraźne, dobrze widoczne, czytelne i umieszczone w pobliżu twierdzenia.

Prezentacje produktów

Prezentacje produktów Amway przedstawiają faktyczne stosowanie produktu w celu pokazania jego działania lub rezultatów, jakie można dzięki niemu uzyskać.

PA musi uzyskać uprzednią pisemną zgodę firmy Amway na wszelkie prezentacje z wykorzystaniem produktów Amway. Uprzednia pisemna zgoda nie jest jednak wymagana w przypadku następujących prezentacji produktów:

- Prezentacje przeprowadzane z wykorzystaniem i przy ścisłym przestrzeganiu instrukcji opublikowanych przez firmę Amway.
- Prezentacje produktów dostarczone przez firmę Amway.
- Prezentacje przedstawiające stosowanie kosmetyków kolorowych Amway (do makijażu); ale nie może obejmować produktów do pielęgnacji skóry).
- Prezentacje przedstawiające stosowanie przez PA naczyń Amway zgodnie z ich przeznaczeniem (czyli do przyrządzania i gotowania żywności).

Prezentacje produktów nie mogą zawierać żadnych napisów, tekstu ani dźwięków, których zawartość wykraczałaby poza zakres twierdzenia, jakie Amway formułuje wobec produktu. w prezentacjach produktów nie mogą być przedstawiane lub pokazywane produkty innych firm ani wymieniane nazwy tych produktów.

■ WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNA

Własność intelektualna to dzieła pracy twórczej, do których dana osoba posiada prawa oraz w stosunku do których może występować o patent, prawa autorskie, znak towarowy itp. PA może korzystać tylko z takiej własności intelektualnej firmy Amway lub innego podmiotu, w odniesieniu do której uzyskał prawa do korzystania. Własność intelektualna może obejmować muzykę, obrazy, materiały audio, materiały wideo, tekst, znaki towarowe, logo oraz inne dzieła.

Materiały chronione prawem autorskim

Materiały chronione prawem autorskim obejmują między innymi muzykę, książki, czasopisma, artykuły i inne prace pisemne, w tym fragmenty i tłumaczenia, przemówienia, fotografie, szatę graficzną, w tym obrazy udostępniane online, strony internetowe, blogi, wpisy w mediach społecznościowych, materiały wideo, filmy, spektakle

teatralne, rzeźby, budynki i formy 3D oraz oprogramowanie komputerowe.

Korzystanie z materiałów stworzonych przez firmę Amway

PA nie może używać materiałów chronionych prawem autorskim wyprodukowanych przez firmę Amway bez uprzedniego uzyskania pozwolenia, chyba że uzyskał je z zatwierdzonych źródeł wskazanych przez firmę Amway (podano je na stronie www.amway.pl). PA nie musi uzyskiwać pozwolenia na udostępnienie materiału z oficjalnych zasobów cyfrowych firmy Amway ani na utworzenie do nich linku.

Korzystanie z materiałów stworzonych przez firmę Amway – przykłady

- PA udostępnia zdjęcie z oficjalnej strony firmy Amway w serwisie Facebook, promując markę L.O.C. na swojej stronie. Udostępnienie zdjęcia jest **dozwolone**, ponieważ PA nie musi uzyskiwać pozwolenia na udostępnienie materiału z oficjalnych zasobów cyfrowych firmy Amway.
- PA klika prawym przyciskiem myszy zdjęcie produktu w sekcji produktów na stronie Amway.com i zapisuje je lub robi zrzut ekranu i zamieszcza plik na swoim profilu w serwisie Twitter. Jest to **niedozwolone**, ponieważ prawa do wykorzystania zdjęcia mogą być ograniczone wyłącznie do strony internetowej firmy (np. w związku z modelami/modelkami przedstawionymi na zdjęciu) i mogą wyłączać możliwość wykorzystywania go przez PA. Dodatkowo zdjęcie pobrane w ten sposób może być gorszej jakości. PA powinien uzyskać zdjęcie z zatwierdzonego źródła Amway, aby mieć pewność, że używa wysokiej jakości autoryzowanego materiału.

Korzystanie z materiałów stworzonych przez osoby trzecie

PA nie może wykorzystywać materiałów chronionych prawami autorskimi od osób trzecich bez uprzedniego uzyskania odpowiedniej pisemnej cesji, licencji lub innego pozwolenia od właściciela tych praw, chyba że obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej. PA musi zachować uzyskane pisemne pozwolenie na korzystanie z materiałów chronionych prawem autorskim i okazać je na żądanie Amway. PA musi przestrzegać wszystkich praw autorskich w ramach własnej Komunikacji Cyfrowej.

Udostępnienie linku (lub naciśnięcie przycisku udostępniania) do artykułu bądź też wpisu na blogu lub w mediach społecznościowych napisanego przez osobę trzecią jest dozwolone, pod warunkiem, że wszelkie treści towarzyszące zamieszczonemu linkowi nie zawierają odniesień do produktów Amway ani do możliwości biznesowych Amway. Komentarze dotyczące zamieszczonego linku również nie mogą zawierać odniesień do produktów Amway. ani do możliwości biznesowych Amway.

Korzystanie z materiałów stworzonych przez osoby trzecie – przykłady:

- PA czyta artykuł w internetowym wydaniu USA Today opisujący potencjalny związek między spożywaniem

tłuszczu pozyskiwanego z ryb a zmniejszeniem ryzyka chorób serca. PA udostępnia link do artykułu na swoim koncie Facebook z następującym komentarzem: „Bardzo ciekawy artykuł opisujący potencjalny związek między spożywaniem tłuszczu z ryb a częstotliwością występowania chorób serca”, Jest to **dozwolone**, ponieważ komentarz PA nie zawiera odniesień do produktów Amway.

- Magazyn Forbes® zamieszcza na swojej oficjalnej stronie Facebook link do artykułu dostępnego na stronie internetowej Forbes. PA udostępnia artykuł osobom obserwującym go na Facebooku. Jeśli oryginalny wpis Forbes zawiera funkcję „Udostępnij”, Amway nie zabrania PA udostępniania go. Jest to **dozwolone**, pod warunkiem, że wszelkie komentarze dodane przez PA są zgodne z innymi sekcjami niniejszych SKC. Przykładowo nie powinny one sugerować, że magazyn Forbes promuje PA lub Amway bądź też że jest z nimi w jakikolwiek sposób powiązany.
- PA zamieszcza na swoim koncie w serwisie Twitter artykuł osoby trzeciej omawiający produkty Amway i dodaje następujący komentarz: „Przeczytajcie ten artykuł”. Jest to **dozwolone**, pod warunkiem, że komentarz PA nie zawiera odniesień do produktów Amway ani do biznesu Amway.
- PA prenumeruje magazyn Forbes i znajduje w nim artykuł, w którym omawiane są możliwości biznesowe Amway. Decyduje się udostępnić zdjęcia okładki i stron z artykułem w serwisie Instagram. Jest to **niedozwolone**, chyba że PA uzyskał uprzednią pisemną zgodę wydawcy magazynu Forbes.
- PA trafia w serwisie YouTube na materiał wideo utworzony przez innego PA. PA pobiera ten materiał, a następnie wgrywa go do serwisu Facebook, udostępniając go obserwującym go osobom. Jest to **niedozwolone**, chyba że PA uzyskał pisemną zgodę właściciela oryginalnego materiału.
- PA udostępnia na swoim koncie Facebook link do artykułu z internetowego wydania dziennika New York Times® z następującym komentarzem: „Bardzo ciekawy artykuł opisujący potencjalną zależność między przyjmowaniem witaminy D a częstotliwością występowania depresji. Skontaktuj się ze mną, aby uzyskać więcej informacji na temat suplementu Nutrilite Witamina D!” Jest to **niedozwolone**, ponieważ wpis zawiera odniesienie do produktu Amway i w sposób dorozumiany formułuje twierdzenie, że suplement Nutrilite Witamina D zmniejsza lub może zmniejszyć ryzyko wystąpienia depresji. Firma Amway nie dysponuje uzasadnieniem dla takiego twierdzenia.
- PA kopiuje zdjęcie okładki najlepiej sprzedającej się książki z obrazów w wyszukiwarce Google i zamieszcza je w serwisie społecznościowym. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA nie posiada praw do tego zdjęcia.

Muzyka

Muzyka reprodukowana, modyfikowana, odtwarzana, wykonywana, nagrywana, nadawana lub przesyłana strumieniowo przez Internet nie może być wykorzystywana bez uzyskania odpowiedniej pisemnej cesji, licencji lub innego pozwolenia od jej właściciela lub na mocy

obowiązujących przepisów prawa, które zezwalają na jej wykorzystanie. w PRZYPADKU WYKORZYSTYWANIA ZAREJESTROWANEJ MUZYKI WYMAGANA JEST CZĘSTO WIĘCEJ NIŻ JEDNA LICENCJA. PA musi zachować uzyskane pisemne pozwolenie i okazać je na żądanie Amway.

Przykłady muzyki:

- PA nagrywa 20-sekundową prezentację nakładania makijażu z wykorzystaniem produktów Artistry. Przed zamieszczeniem jej w serwisie Facebook dodaje 20-sekundowy fragment znanej piosenki w formie muzyki odtwarzanej w tle. Jeśli PA nie uzyskał odpowiedniej licencji (jednej lub kilku) na wykorzystanie tego utworu, jest to **niedozwolone**.
- PA nagrywa 30-sekundowy materiał wideo podczas koncertu na żywo organizowanego w trakcie imprezy Amway i zamieszcza go w serwisie Facebook. Jeśli organizatorzy tego wydarzenia wyraźnie nie zaakceptowali tej czynności i PA nie uzyskał we własnym zakresie praw do wykorzystania nagrania koncertu w taki sposób, jest to **niedozwolone**.

Prawo do wizerunku

Prawo do wizerunku to przysługujące danej osobie prawo do kontrolowania i czerpania korzyści z komercyjnego wykorzystania jej własnego wizerunku, w tym jej nazwiska, podobizny, głosu oraz innych aspektów jej tożsamości. Oczekuje się, że PA będzie szanować prawa innych osób do wizerunku oraz przestrzegać wszystkich obowiązujących przepisów prawa w swojej Komunikacji Cyfrowej, a także spełniać prośby innych osób o zaprzestanie używania ich wizerunku. PA nie może korzystać z praw do wizerunku innej osoby w celu promowania własnej działalności bez uprzedniego uzyskania pisemnej zgody tej osoby.

Firma Amway zabrania PA zamieszczania treści zawierającej wizerunek innej osoby lub wyraźnie ukazującej osobę trzecią, chyba że PA uzyskał pisemne pozwolenie od osoby/osób występujących w tej treści lub firma Amway w inny sposób tę treść zatwierdziła.

Prawo do wizerunku – przykłady:

- PA odpoczywa na plaży i robi sobie selfie, trzymając puszkę napoju XS Power Drink w uniesionej ręce. w tle widać grupę osób, ale ostrość aparatu jest ustawiona na PA, w związku z czym nie można w łatwy sposób ustalić aspektów tożsamości tych osób. PA zamieszcza to zdjęcie z podpisem „Wspaniały dzień na plaży z orzeźwiającym napojem marki XS! Sprawdź link w moim biogramie, aby dowiedzieć się, jak zamówić produkty XS!” Jest to **dozwolone**, niemniej jednak firma Amway oczekuje, że PA usunie to zdjęcie, jeśli widoczne na nim osoby są rozpoznawalne i poproszą one o jego usunięcie.
- PA robi sobie selfie, na którym w tle widoczny jest znany autor, który przemawia i podpisuje książki podczas imprezy Amway. Jest to **dozwolone**, pod warunkiem, że wytyczne dotyczące tego wydarzenia zezwalają na robienie zdjęć z tym autorem. Jeśli jest to dozwolone, PA nie może sugerować, że autor jest powiązany z Amway lub w inny sposób popiera go.

- PA przekazuje dalej tweet ze zdjęciem sławnego snowboardzisty, na którym pije on napój XS Power Drink, i opatruje je podpisem „Koniecznie zobaczcie! Najlepsi sportowcy są zagorzałymi zwolennikami marki XS™!” Jest to **niedozwolone**, chyba że PA uzyskał pisemne pozwolenie od snowboardzisty.
- PA odpoczywa na plaży i robi sobie selfie z puszką napoju XS Power Drink. Dwie przypadkowo przechodzące osoby celowo zakradają się w kadr, pokazując kciuki uniesione w górę. PA zamieszcza to zdjęcie z podpisem „Wspaniały dzień na plaży! Wszyscy uwielbiają napoje XS™ Power Drink! Sprawdź link w moim biogramie, aby dowiedzieć się, jak zamówić produkty XS™!” Jeśli te dwie osoby nie udzieliły PA zgody, jest to **niedozwolone** i sprawia wrażenie, że promują one produkty marki XS.

Używanie znaków towarowych

PA nie wolno kopiować, dystrybuować ani w jakikolwiek inny sposób używać znaków towarowych firmy Amway lub Altacor inc (Altacor) bez uprzedniej pisemnej zgody Amway. Należące do firmy Amway lub Altacor znaki towarowe, loga, zdjęcia produktów i zdjęcia korporacyjne można pobierać tylko z zatwierdzonych źródeł wskazanych przez firmę Amway.

PA nie wolno kopiować, dystrybuować ani w jakikolwiek inny sposób używać znaków towarowych osoby trzeciej bez uzyskania odpowiedniej pisemnej cesji, licencji lub innego pozwolenia od ich właściciela.

Znaki towarowe firmy Amway

Znaki towarowe firmy Amway — w tym Amway™, Nutrilite™, Artistry™, XS™ oraz inne marki, loga lub nazwy, jakich używa ona obecnie lub może używać w przyszłości — stanowią dla niej wielką wartość.

Firma Amway oczekuje, że PA będzie szanować jej prawa poprzez używanie wyłącznie należących do Amway znaków towarowych, log, zdjęć produktów i zdjęć korporacyjnych, które PA uzyskał z zatwierdzonych źródeł wskazanych przez firmę Amway. PA może używać tych zasobów w niezmienionej postaci bez uzyskiwania uprzedniej zgody firmy Amway.

Tworząc zasób cyfrowy (np. konto w serwisie Facebook lub Instagram albo stronę internetową), PA może wykorzystywać nazwę marki należącej do Amway (tylko w formie tekstowej) w celu opisanego swojego związku z Amway w sekcji „Informacje”, „Biogram” lub innym miejscu na zasobie cyfrowym bez uzyskiwania uprzedniej zgody Amway.

PA nie może używać znaków towarowych należących do Amway (produktów lub marek), logo marki ani obrazów produktów, w nazwie domeny, nazwie użytkownika konta, kłamce, aliasie, nazwie konta, wyświetlanej nazwie, nazwie strony, adresie e-mail, zdjęciach profilowych lub tła lub podobnego obszaru związanego z własnością cyfrową, o ile nie posiadają pisemnej zgody firmy Amway.

Z wyjątkiem materiałów uzyskanych z zatwierdzonych źródeł lub w inny sposób opisany w niniejszej sekcji, PA nie wolno kopiować, dystrybuować ani w jakikolwiek inny sposób używać znaków towarowych firmy Amway bez uprzedniej pisemnej zgody Amway.

Znaki towarowe firmy Amway - przykłady:

- PA tworzy stronę w serwisie Facebook i zamieszcza w sekcji Biogram informację: „Przedsiębiorca Amway. Zdeklarowana zwolenniczka marki BodyKey i kontrolowania wagi. Prześlij wiadomość, aby uzyskać więcej informacji”. Jest to **dozwolone**, ponieważ marki Amway można używać w sekcji Biogram.
- PA tworzy konto w serwisie Instagram z nazwą użytkownika uzytkownik@krolamway. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA używa marki „Amway” w nazwie użytkownika.
- PA tworzy konto w serwisie Twitter z nazwą użytkownika „Moje konto Nutrilite”. Jest to **niedozwolone**, ponieważ PA używa w nazwie użytkownika nazwy marki Nutrilite należącej do firmy Amway.

Znaki towarowe innych firm

PA jest zobowiązany nie naruszać praw do znaków towarowych osób trzecich w swojej Komunikacji Cyfrowej. PA nie może wykorzystywać w komunikacji cyfrowej znaku towarowego osoby trzeciej w sposób fałszywie sugerujący istnienie związku lub rekomendacji między PA lub firmą Amway a tą osobą trzecią.

Znaki towarowe innych firm — przykłady:

- PA zamieszcza na swoim koncie Instagram obraz z logo swojej organizacji. Jest to **dozwolone**, pod warunkiem, że organizacja PA zaakceptowała wykorzystanie zastrzeżonego logo.
- PA zamieszcza materiał wideo w serwisie Facebook prezentujący (z zachowaniem pełnej zgodności z zasadami dotyczącymi twierdzeń związanych z produktami) stosowanie produktów Amway w kuchni. PA korzysta z książki kucharskiej autorstwa znanego celebryty znajdującej się na blacie obok produktów Amway i ma na sobie koszulkę z wyszywanym logo tej osoby. Jest to **niedozwolone**, ponieważ zamieszczony materiał wideo może sugerować, że istnieje jakiś związek między PA a celebrytą i/lub między firmą Amway a celebrytą.

■ PRZESYŁANIE MATERIAŁÓW DO AUTORYZACJI

Biznesowe Materiały Szkoleniowe (BMS) to między innymi książki, broszury, płyty CD itd., używane do wspierania, szkolenia, motywowania i edukowania PA, potencjalnych partnerów biznesowych oraz klientów (patrz sekcja 7 Zasad współpracy z Amway oraz Europejskie Standardy i Zasady Tworzenia Biznesowych Materiałów Szkoleniowych). BMS mogą również obejmować materiały cyfrowe, takie jak aplikacje, strony internetowe, podcasty i materiały wideo. Wszystkie cyfrowe BMS muszą być zgodne z Zasadami współpracy z Amway oraz Standardami i Zasadami Tworzenia Biznesowych Materiałów Szkoleniowych.

Zgodnie z Zasadami współpracy z Amway, przed użyciem BMS należy je przesyłać do firmy Amway w celu weryfikacji i zatwierdzenia. w przypadku Komunikacji Cyfrowej stanowiącej BMS, lecz mającej charakter spontaniczny nie jest wymaga uprzednia zgoda, chyba że wyraźnie określono

inaczej w niniejszych SKC. Poniżej zamieszczono wykaz rodzajów Komunikacji Cyfrowej, których użycie wymaga uzyskania wcześniejszej pisemnej zgody firmy Amway:

- Własność intelektualna firmy Amway, Alticor lub osoby trzeciej.
- Zdjęcia i materiały wideo „przed i po” (stworzone przez użytkownika, oprócz kosmetyków kolorowych).
- Materiały zamieszczane na blogach.
- Wydarzenia cyfrowe z wykorzystaniem własności intelektualnej osób trzecich.
- Wydarzenia cyfrowe organizowane na zasobach, których PA nie posiada ani nie kontroluje.
- Wydarzenia cyfrowe z wykorzystaniem informacji o planie sprzedaży i marketingu Amway w społeczności spoza PA.
- Aplikacje mobilne.
- Podcasty.
- Prezentacje produktów (stworzone przez użytkownika, oprócz kosmetyków kolorowych, naczyń oraz produktów do gotowania).
- Materiały wideo, audio i zapisywana/rejestrowana transmisja strumieniowa na żywo, zawierające: Plan, twierdzenia dotyczące produktów, pozyskiwanie nowych partnerów biznesowych, informacje dotyczące dochodów i własność intelektualna osób trzecich.
- Strony internetowe.

PA jest zobowiązany wysłać wszystkie prośby o weryfikację i akceptację do działu Business Conduct and Rules. Prośby muszą zawierać nazwisko i numer PA, treść materiałów oraz ich przeznaczenie.

Facebook® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Facebook, Inc. YouTube jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Google Inc. Instagram® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Instagram, LLC. Twitter® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Twitter, Inc. Wechat® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Tencent Holdings Ltd. VK® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Limited Liability Company „V Kontakte”. Line® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Line Corporation. WhatsApp® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy WHATSAPP INC. SnapChat® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy SNAP INC.

LinkedIn® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy LinkedIn Corporation.

Forbes® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy Forbes LLC. The New York Times® jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy The New York Times Company.