



**POSIZIONE UFFICIALE DI AMWAY SULLE
PRATICHE INACCETTABILI
PER STRUTTURARE L'ATTIVITÀ
(STACKING POLICY)**

POSIZIONE UFFICIALE DI AMWAY SULLE PRATICHE INACCETTABILI PER STRUTTURARE L'ATTIVITÀ (STACKING POLICY)

Amway ritiene che un equilibrio tra profondità e larghezza sia essenziale per il successo a lungo termine e per la redditività di ogni attività Amway. La seguente Policy è stata sviluppata per essere da guida agli Incaricati per raggiungere questo obiettivo e per costruire in profondità in modo accettabile.

PREMESSA

A partire da settembre 2007, tutte le Filiali Amway in Europa fanno riferimento agli indicatori che sono elencati di seguito per determinare se all'interno di un'organizzazione venga insegnata o attuata quella che viene definita una pratica inaccettabile nel costruire l'attività (ovvero Stacking). Misure correttive e/o sanzionatorie verranno applicate nel caso in cui venga riscontrata la sponsorizzazione con una modalità inaccettabile di costruzione dell'attività di uno o di un gruppo di Incaricati. Su base mensile e durante l'attuazione del Processo di Verifica e Controllo per Qualifiche più elevate, Amway controllerà le varie attività con riferimento alla loro struttura e alla loro redditività.

DEFINIZIONE

Viene definita "Stacking", una pratica di costruzione dell'attività inaccettabile che comporta la costruzione strategica artificiale di una organizzazione da parte di un Upline che posiziona nuovi Incaricati in profondità, senza tener conto se esiste una relazione personale tra coloro che sponsorizzano e coloro che vengono sponsorizzati. Questo metodo di costruzione dell'attività crea uno sbilanciamento in profondità e inibisce la redditività.

CARATTERISTICHE DI UNA COSTRUZIONE IN PROFONDITÀ ACCETTABILE

Amway ritiene che, insieme allo sviluppo in larghezza e alla vendita dei prodotti, la costruzione accettabile in profondità sia molto importante nella gestione di un'attività equilibrata e di successo. La costruzione in profondità accettabile si articola nei seguenti punti:

1. Ogni strategia per la costruzione dell'attività, come per esempio un approccio di squadra, è opzionale e in quanto tale dovrebbe essere dichiarato esplicitamente.
2. Costruire in modo bilanciato profondità e larghezza è fondamentale e si deve insegnare in ogni gruppo come questo principio costituisca la base per la redditività.
3. La linea di sponsorizzazione non può essere ristrutturata avvalendosi delle regole di condotta per un riallineamento strategico della profondità.
4. La formazione sui prodotti è indispensabile ed è vincolata alla crescita e al successo dell'attività, che si basa sull'equilibrio fra la vendita dei prodotti e la sponsorizzazione.
5. È importante che ogni incaricato abbia una relazione precedente con il proprio sponsor e che quest'ultimo partecipi in modo significativo nell'attività di sponsorizzazione, e che sia disposto ad adempiere alle responsabilità che derivano dal suo ruolo di sponsor.
6. È responsabilità di ogni Incaricato formare e comunicare chiaramente a tutti coloro che entrano in attività che la redditività a lungo termine deriva dalla vendita dei prodotti e dallo sviluppo in larghezza.
7. Si deve insegnare che costruire una sola linea in profondità non crea profitto.
8. Un approccio di squadra non esclude il fatto che un'attività di successo dipenda esclusivamente dall'impegno e dal duro lavoro e che ogni singolo Incaricato sia responsabile nello sviluppo della propria attività.
9. Gli Incaricati devono essere formati sul fatto che permettere ad altri Incaricati di sponsorizzare i propri potenziali Incaricati può avere un impatto significativo sul potenziale della propria qualifica, così come potrebbe avere un impatto negativo sulla redditività della loro attività.

PRATICHE INACCETTABILI ASSOCIATE ALLO STACKING

1. Al nuovo Incaricato viene chiesto di lasciare spazi vuoti nella Domanda di Nomina che vengono riempiti in seguito da parte di un Upline.
2. Il nuovo Incaricato non conosce il suo sponsor.
3. I nuovi Incaricati vengono posizionati nella linea di sponsorizzazione senza considerare il coinvolgimento dello sponsor nell'attività di sponsorizzazione e senza che questo quindi sia consapevole o sia impegnato nell'adempimento delle sue responsabilità di sponsor.
4. Fornire garanzie più o meno esplicite di veloci risultati in downline.
5. Creare confusione rispetto al ruolo di Amway e a quello dell'organizzazione di supporto.
6. Trasmettere richieste di trasferimento o uso della regola di inattività dei 6 mesi al fine di riallineare gruppi di Incaricati esistenti in profondità con l'obiettivo di aumentare il volume.
7. Dichiarare di utilizzare metodologie di stacking grazie ad accordo speciale o regole speciali da parte di Amway.
8. Omettere o denigrare il fatto che la vendita dei prodotti sia parte integrante del Piano Marketing oppure che la redditività provenga dall'equilibrio tra vendita e sponsorizzazione.
9. Trattenerne da parte dell'Upline le Domande di Nomina fino alla

fine del mese per controllare artificialmente il volume per le qualifiche o per scopi di reddito.

10. L'esistenza di linee a 25, 50 o addirittura 100 livelli di profondità con scarso o addirittura inesistente volume o larghezza.

MISURE INTRAPRESE DA AMWAY A FRONTE DI QUESTO METODO DI COSTRUZIONE INACCETTABILE DELL'ATTIVITÀ

1. Amway revisionerà i materiali didattici formativi (TEM) per assicurarsi che descrivano l'attività in maniera corretta ed equilibrata.
2. Lo staff Amway darà seguito alle lamentele di persone che descrivono un metodo di costruzione dell'attività inappropriato.
3. Qualora un Incaricato spedisca un alto quantitativo di Domande di Nomina alla fine del mese, con o senza il primo ordine, Amway appurerà con gli sponsorizzati che esista effettivamente una relazione sponsor/sponsorizzato e che gli sponsor siano a conoscenza delle loro responsabilità come stabilite dalle regole.
4. Se una linea si svilupperà per più di 10 livelli di profondità, lo staff Amway interpellerà gli sponsorizzati per assicurarsi che esista una normale relazione sponsor/sponsorizzato
5. Al di sotto del livello 21%, un qualificato a qualunque livello di Premio Attività non verrà riconosciuto a meno che non dimostri di guadagnare un Premio Attività da Amway.
6. Amway non accetterà Domande di Nomina che siano state visibilmente compilate da più persone.
7. Qualora a fine mese un Incaricato trasmetta ad Amway un grosso quantitativo di Domande di Nomina, queste verranno processate il mese successivo in modo da permettere ad Amway di controllare le Domande di Nomina in base a questa posizione ufficiale.

VIOLAZIONE DELLE REGOLE

Policy - A partire dal 1 Settembre 2007, ogni qualvolta Amway riscontri la presenza di uno o più indicatori di strutturazione inaccettabile dell'attività, essa coinvolgerà direttamente il gruppo del DD Platino e avvierà immediatamente un'indagine interna, che potrebbe determinare l'attuazione delle azioni sopra descritte ma non limitarsi ad esse, al fine di verificare se sia presente o meno una situazione di Stacking.

Se al termine della fase di verifica si dovesse riscontrare l'esistenza di una situazione di Stacking, Amway prenderà i seguenti provvedimenti:

PRIMO CASO: Amway congelerà tutte le sponsorizzazioni in quel gruppo a partire dal Platino finché tutti gli Incaricati in quel gruppo non avranno ricevuto una corretta comunicazione e formazione da parte di Amway sulle pratiche di sponsorizzazione accettabili.

SECONDO CASO: Amway sospenderà il Platino per un minimo di 30 giorni con perdita dei bonus.

TERZO CASO: ulteriori azioni fino alla risoluzione del contratto del Platino con Amway.

** Come per tutti i provvedimenti presi da Amway, l'Incaricato potrà appellarsi contro la sanzione, secondo la procedura di risoluzione delle dispute descritta nelle Regole di Condotta **