

# **XANGO**

## **Regler og retningslinjer for distributører og kompensasjonsplan**

**Norge**

**Gjelder fra 30. januar 2010**

## Innholdsfortegnelse

Policies & Procedures .....	3
Etikk.....	3
Punkt 1 Hvordan bli distributør .....	4
Punkt 2 Distributørens forpliktelser og administrasjon av en distributørenhet.....	5
Punkt 3 Sponsing .....	10
Punkt 4 Bytte og overføring av sponsor/plassering eierinteresser .....	11
Punkt 5 Godtgjørelse.....	15
Punkt 6 Bestille produkter.....	16
Punkt 7 Markedsføre produkter og forretningsmuligheten .....	21
Punkt 8 Kontraktbrudd og brudd på regler og retningslinjer .....	26
Punkt 9 Heving av avtalen.....	27
Punkt 10 Diverse .....	29
TILLEGG A—Bestemte uttrykk .....	32
TILLEGG B PLAN FOR GODTGJØRELSER .....	37
Punkt 1 – Utbetaling av provisjoner.....	38
Punkt 2 – Distributørgrader .....	38
Punkt 3 – PowerStart-provisjoner.....	39
Punkt 4 – UniLevel-provisjoner.....	41
Punkt 5 – Globale bonuspottprovisjoner.....	42
Punkt 6 – Provisjoner fra 500 000-bonuspotten .....	43
Punkt 7 – Provisjoner på kundesalg .....	43
Punkt 8 – Incentivreiser og belønninger .....	44
Punkt 9 – Definisjoner .....	44

## Regler og retningslinjer

Disse reglene og retningslinjene gjelder fra datoen som er angitt ovenfor, og regulerer hvordan en XanGo®-distributør driver handelsvirksomhet med selskapet, med andre XanGo-distributører og med detaljkunder. Disse reglene og retningslinjene erstatter alle tidligere versjoner. De overordnede definisjonene er skrevet med kursiv skrift, og gjengis i tillegg A. Eventuelle tolkninger, avklaringer, eksklusjoner eller unntak fra disse reglene og retningslinjene må foreligge skriftlig, og være undertegnet av en av selskapets autoriserte ledere for å være gyldige. Selskapet tilstreber å håndheve disse reglene og retningslinjene på en ensartet og ikke-diskriminerende måte. Dersom selskapet unnlater å håndheve noen av bestemmelsene i selskapets regler og retningslinjer overfor én distributør, betyr ikke det at selskapet frafaller sin rett til å håndheve slike bestemmelser i forhold til den samme distributøren eller andre distributører.

Disse reglene og retningslinjene, godtgjøringsplanen (tillegg A), erklæringen om eierinteresse (hvis en slik finnes), distributøravtalen og eventuelle lands- eller situasjonsspesifikke tillegg til disse, og alle andre skriftlige avtaler mellom distributøren og selskapet, i sin nåværende form, og som kan bli endret fra tid til annen etter selskapets eget skjønn, er herved innlemmet i, og utgjør en vesentlig del av det som til sammen utgjør "kontrakten". Alle distributører har ansvaret for å lese, sette seg inn i og rette seg etter kontrakten, for å sikre at han eller hun kjenner og driver sin virksomhet i henhold til den nyeste versjonen av kontrakten. Ved sponing av en ny distributør skal sponsoren gi søkeren den nyeste versjonen av kontrakten før søkeren undertegner distributøravtalen. Ved å signere distribusjonsavtalen, eller motta provisjoner fra selskapet, bekrefter distributøren at han eller hun har lest, forstått og samtykker i å rette seg etter kontrakten og alle tillegg til denne.

Selskapet kan foreta endringer i kontrakten fra tid til annen dersom lover eller forretningsforhold skulle endre seg, men selskapet vil publisere eventuelle endringer på selskapets nettsider minst tretti (30) dager før endringen gjøres gjeldende. Det er distributørens ansvar å regelmessig holde seg oppdatert om den nyeste versjonen av kontrakten, som ligger på [www.xango.com](http://www.xango.com) eller andre av selskapets nettsider. I tillegg kan distributøren få en kopi av den nyeste versjonen av kontrakten ved å henvende seg til selskapet.

## Etiske regler

Selskapet har forpliktet seg til å levere distributøren produkter av beste kvalitet, gi fremragende støtte og en utprøvd, velfungerende godtgjøringsplan. Distributører kan kjøpe produkter direkte fra selskapet, både for personlig bruk og videresalg til kunder. Til gjengjeld forplikter distributøren seg til å representere produktene og inntektsmuligheten på en etisk og profesjonell måte. Alle distributører aksepterer å etterleve følgende etiske regler:

Som distributør:

1. Skal jeg vise respekt for hver eneste person jeg møter mens jeg driver distributørvirksomheten.
2. Skal jeg til enhver tid opptre og drive virksomheten på en måte som er etisk, moralsk, juridisk og økonomisk forsvarlig, og jeg vil ikke ta del i villedende eller ulovlig virksomhet.
3. Skal jeg ikke formidle nedsettende kommentarer om konkurrenters produkter til andre, og jeg vil ikke formidle ærekrenkende, injurierende eller nedsettende ytringer om konkurrenter eller andre distributører.

4. Skal jeg ikke ta del i aktiviteter som kan bringe selskapet, andre distributører eller meg selv i vanry.
5. Skal jeg representere produktene på en sannferdig måte, og jeg vil ikke fremsette noen produktpåstander som ikke finnes i, og som ikke kan dokumenteres av, offisielle publikasjoner fra selskapet.
6. skal jeg oppfylle mitt lederansvar som sponsor ved å gi opplæring, assistanse og generell støtte til distributørene i min Downline-organisasjon
7. skal jeg representere godtgjøringsplanen og inntektsmuligheten som ligger i den, på en korrekt og rettmessig måte.
8. Skal jeg rette meg etter alle vilkårene i kontrakten.
9. Skal jeg respektere vilkårene for produktretur og refusjonsreglene i forhold til alle mine detaljkunder.
10. Skal jeg vil respektere sponsorrelasjonene til alle andre distributører, og jeg vil verken forsøke å blande meg inn i eller endre på slike relasjoner, eller fremsette nedsettende eller usanne påstander om andre distributører.

---

#### Punkt 1 Hvordan bli distributør

A. Myndighetsalder. Alle som søker om å bli distributør, må være myndige, vanligvis atten (18) år gamle, i henhold til lovgivingen der de bor.

B. Søknad. En søker får autorisasjon fra selskapet til å utøve distributørrettigheter og drive en distributørenhet når han eller hun i) kjøper en startpakke for distributører og -(ii) sender selskapet en utfylt og signert original eller elektronisk (fakset eller skannet) distributøravtale, eller signerer avtalen på selskapets Internett-søkesider (i de landene der dette er tilgjengelig), og (iii) selskapet godtar avtalen. (Du finner denne distributøravtalen og andre nødvendige skjemaer på selskapets nettsider.)

1. For å bli akseptert av selskapet må en distributøravtale for det landet der søkeren bor, og eventuelle andre påkrevde kontraktdokumenter, være fullstendige og korrekte i alle henseender og sendes inn av distributøren.
2. Dersom distributøren ikke sender inn en korrekt utfylt avtale, eller unnlater å levere relevant dokumentasjon på forespørsel, kan det føre til at selskapet avviser distributøravtalen. Selskapet forbeholder seg eneretten til å godta og fornye distributøravtaler.
3. Selskapet kan kreve at distributøren leverer bevis på bostedsadresse, arbeidstillatelse og at han/hun har rett til å drive handel i det landet som er oppgitt i distributøravtalen.

C. Kjøpsforpliktelser. Så fremt noe annet ikke er lovpålagt, kreves det ikke annet for å bli distributør, og opprettholde status som distributør, enn å kjøpe en startpakke for distributører og betale det årlige fornyelses- og materiellgebyret. Distributøren velger selv om han/hun vil kjøpe produkter.

D. Søknad per telefon. En midlertidig distributørenhet vil bli opprettet for distributøravtaler som behandles over Internett eller telefon, og den vil gjelde inntil selskapet mottar den utfylte kontrakten. Den midlertidige distributørenheten vil være underlagt alle vilkårene i kontrakten, og gir søkeren rett til å bestille produkter i tretti (30) dager mens originaldokumentasjonen er under behandling. Dersom

søkeren ikke oversender en original, signert distributøravtale eller elektronisk kopi av distributøravtalen til selskapet innen tretti (30) dager, kan den midlertidige distributørenheten bli oppløst.

E. Foretak. Hvis søkeren er et foretak, må distributøravtalen signeres av en person som er autorisert til å inngå bindende avtaler for foretaket. Søkeren må også legge ved distributøravtalen: (i) et foretaksnummer, og (ii) en erklæring om eierinteresser, som må inneholde signaturen og personnummeret eller annet personlig ID-nummer til alle juridiske personer som har eierinteresser i foretaket. For å verifisere formen på foretaket, innehaverne av eierinteresser og autoriserte underskrivere, kan selskapet når som helst kreve at søkeren sender en kopi av selskapsvedtektene, stiftelsesdokumentene eller annen dokumentasjon.

F. Personnummer. For skatteinnrapportering (der det kreves) og identifikasjonsformål (der dette er lovpålagt) krever selskapet at søkere leverer personnummer eller annet personlig ID-nummer. Dersom et slikt nummer ikke leveres, kan det føre til at søknaden blir avslått eller distributørenheten blir oppløst.

G. Uriktig informasjon. Dersom selskapet finner at distributøravtalen eller erklæringen om eierinteresser inneholder unøyaktig eller feilaktig informasjon, kan selskapet oppløse distributørenheten med øyeblikkelig virkning, eller erklære distributørenheten for ugyldig fra begynnelsen. Videre er det distributørens ansvar å fortløpende innrapportere til selskapet eventuelle endringer som har innvirkning på kontraktens riktighet

H. Endring av bosted. Hvis en distributør flytter til et annet land må distributøren levere følgende til selskapet: (i) en distributøravtale for det nye landet (krysset av for "AMENDED" (ENDRING) øverst). (ii) Signert og datert melding om flyttingen. (iii) Offentlig dokumentasjon som bekrefter det nye bostedet (f.eks. kopi av førerkort, pass, etc, og for flyttemeldinger ut over den første, (iv) et behandlingsgebyr på ett hundre dollar (USD 100 eller tilsvarende lokal valuta). Distributøren er ansvarlig for å overholde alle betingelser og vilkår i kontrakten, inkludert landsspesifikke for det nye bostedet.

I. Kontraktstid. En kontrakt gjelder i ett (1) år fra signaturdatoen. Hvert år etter dette kan kontrakten fornyes ved innbetaling av et fornyelses- og materiellgebyr. Distributøren må betale dette gebyret når distributørenheten skal fornyes ett år etter signaturdatoen. Formålet med dette gebyret er å kunne forsyne distributører med materiell og informasjon om selskapets produkter, programmer, regler og retningslinjer og relatert informasjon..

1. Distributøren gir selskapet uttrykkelig fullmakt til å innkreve det årlige fornyelses- og materiellgebyret ved hjelp av de betalingsmetodene som er tilgjengelige, deriblant belasting av eventuelle kredittkort som er registrert på distributøren, eller trekk fra provisjoner.

2. Dersom det årlige fornyelses- og materiellgebyret ikke er betalt innen fornyelsesdatoen, kan distributøren miste distributørrettighetene. Distributøren samtykker i at distributørenheten kan bli konvertert til kunde under den gjeldende sponsoren, og at han/hun kan miste sin Downline-organisasjon og tape retten til å delta i godtgjøringsplanen.

J. Ikke-eksklusivt territorium. Distributørens autorisasjon til å utøve distributørrettigheter og drive som distributør under disse, gir ikke distributører rett til eksklusive konsesjoner eller territorier, og distributørene må heller ikke legge fram slike krav.

## Punkt 2 Distributørens forpliktelser og administrasjon av en distributørenhet

A. Compliance. A Distributor shall comply at all times with each of the terms and conditions of the Contract.

B. Selvstendig leverandør. Distributører er selvstendige leverandører og er ansvarlige for sine egne virksomhetskostnader, avgjørelser og handlinger.

1. Distributører må ikke presentere seg som agent, ansatt, partner eller samarbeidspartner med selskapet. Distributører må ikke foreta innkjøp eller inngå handelsavtaler på vegne av selskapet.
2. Distributørers arbeidstid, virksomhetskostnader og forretningsplaner bestemmes ikke av selskapet. Distributører må ikke, verken skriftlig eller muntlig, uttrykke eller skape inntrykk av noe annet.
3. Distributøren har selv det hele og fulle ansvar for alle muntlige og/eller skriftlige ytringer om produktene, tjenestene og godtgjøringsplanen som ikke uttrykkelig finnes i selskapets offisielle materiell, og distributøren samtykker i å holde selskapet skadesløst i henhold til alle påstander, erstatningskrav eller andre utgifter, deriblant eventuelle advokathonorarer, som måtte oppstå på grunn av feilaktige og kontraktsstridige påstander eller handlinger fra distributørens side. Bestemmelsene i dette punktet skal fortsatt være i kraft etter at kontrakten har gått ut.

C. Overholdelse av lovverk. Distributører må drive virksomheten på en måte som er i overensstemmelse med alle gjeldende nasjonale og lokale lover, forskrifter og forordninger. Distributører må overholde alle lover angående illojal konkurranse og virksomhetspraksis, derunder vedtekter enhver lov som forbyr annonsering, salgstilbud eller salg av produkter til lavere pris enn produktenes engrospris.

D. Tilbud. Distributører må ikke tilby eller reklamere for noen typer planer, produkter, incentiver eller tilbud fra andre enn selskapet, eller salgsværktøy som ikke er godkjent, i forbindelse med promotering av produkter.

E. Markedsføring av konkurrerende produkter. Under kontraktsperioden er det ikke tillatt for en distributør å markedsføre eller selge produkter som ikke er en av selskapets merkevarer, som inneholder ingrediensen xantoner eller bestanddeler som helt eller delvis stammer fra frukten eller planten *L. Garcinia mangostana*, eller planten *Eurycoma Longifolia* alminneligkjent som Tongkat Ali.

F. Ikke konkurrerende virksomhet. I henhold til vilkårene i dette kapitlet er det ikke tillatt for en distributør, i løpet av kontraktsperioden, fra å starte en forretning, direkte eller indirekte som selvstendig distributør, ansatt, leder eller konsulent for eller på vegne av et konkurrerende selskap. Kapitlet gjelder ikke for distributører hvis hun eller han fungerte som en selvstendig distributør, ansatt, leder eller konsulent for eller på vegne av et konkurrerende selskap før disse retningslinjene trådte i kraft. Selskapet kan frasi seg denne betingelsen overfor en distributør, hvis denne distributøren kan frambringe bevis som er tilstrekkelige for at selskapet kan vurdere det som at (i) hun eller han fungerte som en uavhengig distributør, ansatt, leder eller konsulent for eller på vegne av et konkurrerende selskap før vedkommende ble distributør for selskapet. Eller (ii) hun eller han fungerte som en uavhengig distributør, ansatt, leder eller konsulent for eller på vegne av et konkurrerende selskap før disse retningslinjene trådte i kraft, på den betingelse at denne distributøren frambringer skriftlig melding til selskapet om dette faktum innen seksti (60) dager fra disse retningslinjene trådte i kraft, for å kunne påberope seg unntak fra denne regelen.

G. Kundesalg. Det kreves mye tid, innsats og lidenskap for å kunne lykkes som distributør. Det er ingen garantier for provisjoner, kun belønninger basert på produktivitet. En vellykket distributørvirksomhet krever regelmessige og gjentatte kundesalg av produkter. Kundesalg fra en distributørs downline-organisasjon bidrar også til hvor vellykket en distributørvirksomhet kan bli. Selskapet oppmuntrer kundesalg til minst to kunder per måned. Distributøren er påkrevd å ta vare på all dokumentasjon fra kundesalg i minst fire år, og selskapet utfører vilkårlige kontroller på at kundesalgsbetingelsene overholdes. Alle produktene som kjøpes av ikke-distributører eller kunder, telles automatisk med i kundesalgskravene på månedlig basis.

H. Negative ytringer. Distributører må ikke framsette nedvurderende, villedende, feilaktige eller urimelige ytringer, fremstillinger, påstander eller sammenligninger med hensyn til:

1. selskapet, produktene, virksomhetsaktivitetene, distributørene eller
2. andre selskaper, deriblant konkurrenter, deres tjenester, produkter eller virksomhetsaktiviteter

I. Uetisk aktivitet. Distributører må til enhver tid drive distributørvirksomheten på en etisk og profesjonell måte. Distributører må ikke selv delta i eller tillate at andre distributører i sin Downline-organisasjon deltar i uetisk aktivitet. Eksempler på uetisk aktivitet omfatter, men er ikke begrenset til, følgende:

1. Tilskynde produktsalg i utsalgssteder/butikker
2. Bruk av en annen distributørs kredittkort uten skriftlig tillatelse
3. Uautorisert bruk av selskapets konfidensielle informasjon
4. Verving på tvers av selskaper (også delaktighet i at en annen verver på tvers av selskapet)
5. Verving på tvers av linjene (også delaktighet i at en annen verver på tvers av linjene)
6. Skrive ut sjekker uten dekning til selskapet eller en annen distributør
7. Fremsette ikke-godkjente påstander om produkter
8. Fremsette påstander om distributørvirksomhetens inntekter som strider mot reglene og retningslinjene
9. Fremsette uriktige påstander eller villedende ytringer av noe slag, inkludert, men ikke begrenset til: usanne eller villedende opplysninger eller salgstilbud angående produktenes kvalitet, tilgjengelighet, klasse, pris, betalingsbetingelser, refusjonsrettigheter, garantier eller effekt
10. Personlig fremtreden som gir selskapet og distributørene dårlig omdømme
11. Brudd på lover og forskrifter vedrørende distributørvirksomheten
12. Unnlate å oppfylle sitt ansvar som sponsor
13. Brudd på selskapets etiske regler
14. Kontraktsbrudd.

J. Krysslinjerekruttering. Det er ikke tillatt for distributøren å rekruttere på tvers av linjene.

K. Verving på tvers av selskaper.

1. Hvis en distributør ikke personlig har sponset en annen distributør på hans eller hennes frontline, er det ikke tillatt i løpet av kontraktsperioden og i ett (1) år etter dato for kontraktens utløp, å rekruttere denne distributøren for salg eller kjøp av produkter eller tjenester andre enn de som tilbys av XanGo. Distributøren stipulerer og aksepterer at rekruttering utgjør en urimelig og ikke godkjent innblanding i kontraktsforholdet mellom selskapet og selskapets distributører, omgjøring av selskapets eiendom og mislighold av selskapets forretningshemmeligheter. Distributøren stipulerer videre at alle brudd på denne regelen vil påføre umiddelbar og uopprettelig skade på selskapet, og at selskapet har rett til, i tillegg til

andre tilgjengelige virkemidler, umiddelbart, midlertidig, preventivt og permanent rettslig oppreisning uten begrensning, og at slik rettslig oppreisning kan overstige opphøret av denne perioden med ett (1) år i etterkant, fra datoen betingelsen sist ble brutt. Betingelsene i denne delen gjelder selv etter at kontrakten er sagt opp. Ingen punkt heri ugyldiggjør andre rettigheter eller virkemidler selskapet har i forbindelse med bruk av selskapets konfidensielle informasjon eller andre brudd på kontrakten.

2. Distributøren aksepterer at det utgjør rekruttering på tvers av selskaper, å bli avbildet i, referert til i, eller gi tillatelse til at distributørens navn eller bilde vises i markedsførings-, rekrutterings-, eller produktfremmende materialer for et annet direkteselgende firma.

L. Løsning av tvister. Distributører må utføre alle aktiviteter til beste for selskapet. Sponsorere skal gjøre sitt ytterste for å løse tvister i sine Downline-organisasjoner. Eventuelle personlige tvister mellom distributører må løses raskt og til beste for selskapet.

M. Ingen påstander om spesielle forhold. Ingen distributører kan påstå eller antyde at de har et spesielt forhold til, får spesielle fordeler fra, eller har spesiell tilgang til selskapets ledere eller ansatte i selskapet som andre distributører av samme grad ikke har.

N. Skadelig fremtreden. Hvis selskapet mener at en distributør eller en annen deltaker i distributørenheten handler på en måte som selskapet finner injurierende, nedbrytende eller skadevoldende for selskapet eller andre distributører, kan selskapet treffe nødvendige tiltak mot distributøren og distributørenheten som beskrevet i dette dokumentet.

O. Ingen forpliktelser. Distributører kan ikke regne med å få juridisk, økonomisk eller annen profesjonell rådgivning fra selskapet, og må heller ikke stole på riktigheten v eventuelle slike råd.

P. Gebyrer for tjenester. Selskapet yter mange gratis tjenester til distributørene. Imidlertid kommer distributører noen ganger med anmodninger som det tar særlig tid og anstrengelse å etterkomme. Anmodninger av denne typen inkluderer kopier av regninger, papirarbeid, dyptpløyende informasjon om provisjoner som må kalkuleres eller letes fram, undersøkelser, bankinstruksjer, anmodninger om å stanse utbetalinger osv. Disse og andre spesielle anmodninger er tilgjengelige for distributørene til en pris av 40 amerikanske dollar (\$ 40,00) i timen, pluss faktiske utgifter, hvor minimumsprisen per henvendelse er 40 amerikanske dollar (\$ 40,00), pluss faktiske utgifter. Utgiftene omfatter bankgebyrer, utgifter til kopiering, tjenestehonorarer

Q. Forsikring. Selskapet har en produktansvarsforsikring med forretningsmessig rimelig dekning. Men selskapet distribuerer ikke kopier av politen eller gir innsyn i forsikringsbeløpet. Siden lovgivningen varierer fra domsmyndighet til domsmyndighet, oppfordrer selskapet sine distributører til å rådføre seg med en advokat for å fastslå graden av personlig, juridisk ansvar med hensyn til sin egen virksomhet.

R. Konfidensialitet. Når distributøren signerer en distributøravtale aksepterer han/hun å opprettholde konfidensialitet med tanke på konfidensiell informasjon og alle andre forretningshemmeligheter og informasjon som tilhører selskapet. Dette er ugjenkallelig og gjelder også etter kontraktens utløp, og er underlagt gjeldende lover om erstatningsansvar for kostnader og gebyrer som nødvendigvis pådras. All konfidensiell informasjon gis til distributører på en fortrolig og nødvendigvis basis og skal kun brukes i distributørvirksomheten. Distributører må gjøre sitt beste for å holde denne informasjonen borte fra tredjeparter. Distributører må ikke bruke den konfidensielle informasjonen eller informasjon utledet fra denne, til å konkurrere med selskapet for noe formål, annet enn for å promotere selskapets program, dets produkter og tjenester. Distributøren har ingen eierinteresser i noen konfidensiell informasjon eller noe informasjon utledet av denne, inkludert kontakt- og profilinformasjon for

downline-organisasjoner eller annen informasjon om distributørens virksomhet, og kan ikke selge, dele ut eller tilby den til noen andre. Distributøren anerkjenner at konfidensiell informasjon han/hun har mottatt relatert til profiler og rapporter om downline-organisasjonene eller annen distributørinformasjon samlet i forbindelse med distributørvirksomheten, inkludert all informasjon utledet av dette, utgjør selskapets forretningshemmeligheter.

S. Personvern angående distributørens personopplysninger All informasjon som søker oppgir i distributøravtalen, vil utelukkende bli brukt til å vurdere distributøravtalen og aktiviteter knyttet til den gjeldende distributøren. Distributører gir selskapet rett til å gi kontaktinformasjon til distributørens Upline og tre (3) nivåer nedover i distributørens Downline, eller til distributører som den aktuelle distributøren er den nærmeste Upline Premier for (som beskrevet i salgs- og godtgjøringsplanen). Kontaktinformasjonen må kun brukes for distributørvirksomheten.

T. Bruk av konfidensiell informasjon. Distributøren kan få konfidensiell informasjon i løpet av kontraktperioden, for eksempel fra salg av distributørverktøy eller varer til selskapets distributører. I den sammenheng er distributøren innforstått med, og samtykker i følgende, uavhengig av kilden til den konfidensielle informasjonen:

1. Den konfidensielle informasjonen skal kun brukes av distributøren for å tilrettelegge for opplæring, støtte og service til distributørens Downline-organisasjon, og bare i den hensikt å styrke distributørvirksomheten.
2. Distributøren skal ikke gi konfidensiell informasjon til en tredjepart, verken direkte eller indirekte (deriblant andre distributører), og han/hun forstår at dersom han/hun gjør dette, vil det bli ansett som misbruk, urettmessig bruk av betrodd informasjon og brudd på kontrakten.
3. Denne informasjonen er av en slik karakter at den anses som unik, og det vil påføre selskapet ubotelig skade hvis den kommer ut. Selskapet har derfor rett til pålegg om erstatning for å hindre brudd på denne regelen.
4. Distributøren skal ikke bruke informasjonen til å konkurrere med selskapet, verken direkte eller indirekte, og uriktig bruk vil føre til heving av kontrakten.
5. Det kan kreves at distributøren signerer en konfidensialitetsavtale før han/hun kan motta konfidensiell informasjon fra selskapet, eller før han/hun starter opp aktiviteter som vil gjøre det mulig å innhente konfidensiell informasjon.
6. Når kontrakten utløper, fornyes eller heves skal distributøren avslutte all av slik konfidensiell informasjon, og ødelegge eller umiddelbart levere tilbake all konfidensiell informasjon til selskapet som distributøren har i sin besittelse. Punktene 2.R, 2.S og 2.T skal gjelde også etter av kontrakten er hevet.

U. Melding om søksmål. En distributør skal umiddelbart underrette selskapets juridiske avdeling skriftlig om potensielle eller faktiske rettslige krav fra tredjeparter mot distributøren med utgangspunkt i, eller i tilknytning til, distributørvirksomheten eller distributørens Downline-organisasjon, som kan skade selskapet. Etter å ha meldt fra til distributøren kan selskapet treffe alle nødvendige tiltak for å beskytte seg, deriblant føre sak eller inngå forlik med hensyn til rettslige krav. Hvis selskapet går til sak, skal ikke distributøren gripe inn eller delta i saken.

V. Bruk av bilder, lydopptak, videoopptak og/eller personlige uttalelser.

1. Selskapet kan ta bilder, gjøre lydopptak, videoopptak eller innhente skriftlige eller muntlige uttalelser fra en distributør på selskapets arrangementer, eller kan be om dette direkte fra en distributør. Distributøren samtykker i og gir herved selskapet absolutt og ugjenkallelig rett og tillatelse til å bruke, gjenbruke, sende ut, publisere eller reppublisere slike bilder, lydopptak,

videoopptak eller uttalelser, helt eller delvis, enkeltvis eller sammen med andre bilder, videoopptak eller uttalelser, i alle aktuelle eller fremtidige medier og uansett formål, inkludert (men ikke begrenset til) i markedsføring, annonsering, kampanjer og/eller reklame, og til å opphavsrettsbeskytte slike bilder og/eller videoopptak, i original eller reppublisert form, i selskapets navn eller i andre navn. Uten hensyn til eventuelle avtaler eller kontrakter som distributøren eventuelt har med andre foretak, samtykker distributøren i at selskapets eventuelle bruk, som beskrevet i dette punktet, skal være vederlagsfritt, skal anses som et arbeid utført for oppdragsgiver, og som ikke kan underlegges noen andre krav. Distributøren samtykker i å forsvare og holde selskapet skadesløst i forhold til alle krav fra eventuelle andre parter som måtte oppstå på grunn av selskapets bruk av rettighetene som her er gitt. Distributøren bekrefter at den informasjonen han eller hun eventuelt oppgir som personlig uttalelse, eller som eventuelt fremkommer i et bilde, videoopptak eller lydopptak, er sannferdig og nøyaktig og gitt etter beste evne. Distributøren frafaller alle rettigheter til å inspisere eller godkjenne det ferdige eller uferdige produktet, reklameteksten, det trykte, innspilte, fotograferte materialet eller videomaterialet som eventuelt blir brukt sammen med det, eller all annen bruk av slikt materiale.

2. Distributøren aksepterer at bilder, lyd- eller bildeopptak som han/hun eller tredjepart tar opp på selskapets arrangementer ikke kan brukes av distributøren til å fremme annen virksomhet enn distributørvirksomheten.

W. Drive distributørvirksomheten i utlandet. Distributører har rett til å drive virksomheten i alle godkjente land der distributøren har tillatelse til å drive distributørvirksomheten. Det er distributørens ansvar å opptre i overensstemmelse med alle nasjonale og lokale lover, forordninger og forskrifter i alle godkjente land hvor han/hun driver distributørdriften.

1. Selskapet kan spesifisere bestemte land som er i en føranseringsfase, og der distributører også kan drive sin distributørvirksomhet. Selskapet kan formelt kunngjøre en føranseringsperiode minst tretti (30) dager før den offisielle åpningen.

2. Distributører har ikke lov til, og skal ikke drive distributørvirksomheten (unntatt slik det gis tillatelse til her) eller introdusere eller etablere selskapets virksomhet eller produkter i land som ikke er godkjent, eller i land som ikke er inkludert i føranseringsfasen som er kunngjort av selskapet. Dette omfatter, men er ikke begrenset til: eventuelle forsøk på å sikre godkjenning for produkter eller virksomhetspraksis, registrere eller reservere selskapets navn, varemerker, handelsnavn eller navn på Internett-domener, eller etablere forretningskontakter eller kontakt med myndigheter på vegne av selskapet.

3. Før kunngjøring av en føranseringsperiode er distributørvirksomhet i et land som ikke er godkjent, strengt begrenset til følgende aktiviteter. Distributører kan bare dele ut visittkort og delta på små møter med maksimalt åtte (8) personer, som må være personlige bekjente av distributøren eller distributørens kontakter.

### Punkt 3 Sponsing

A. Sponsing. For å fungere som sponsor må en distributør oppfylle alle kravene og godta alle forpliktelsene som er beskrevet i kontrakten. En sponsor kan henvise personer som ønsker å bli distributører, som søkere til selskapet. Bare søkere som bor i godkjente land eller i land som er i føranseringsfasen, kan sponses.

B. Plassering. Når selskapet har godkjent en søkers distributøravtale, plasseres den nye distributøren i sponsorens Downline-organisasjon. En sponsor kan plassere den nye distributøren i sin Frontline eller hvor som helst i sponsorens Downline-organisasjon. En sponsor kan ikke plassere en ny distributør utenfor sin egen Downline-organisasjon. Hvis dette skjer, forbeholder selskapet seg retten til å foreta endringer i organisasjonen for å sikre at utbetalingene blir riktige, og at alle linjene er komplette.

C. Opplæring og støtte. En sponsor skal:

1. gjøre alt som er rimelig for å sikre at alle distributører i sin Downline-organisasjon forstår kontraktsvilkårene og alle gjeldende nasjonale og lokale lover
2. gi regelmessig opplæring og reell støtte for å utvikle Downline-organisasjonens virksomhet og produksalg
3. gi reell opplæring og instruksjoner for å sikre at distributørene i Downline-organisasjonen gjennomfører produksalgsmøter og møter om forretningsmuligheten på en måte som er i samsvar med kontrakten og med alle gjeldende nasjonale og lokale lover
4. gi distributørene i sin Downline-organisasjon veiledning og støtte
5. alt som er økonomisk rimelig for å løse eventuelle tvister privat i sin Downline-organisasjon.

Punkt 4 Bytte, overføring av sponsor/plassering. Eierinteresser

A. Bytte av sponsor og plassering. Distributører kan søke om å få bytte sin egen eller en personlig sponset distributørs sponsor og/eller plassering i henhold til følgende begrensninger. Distributører kan imidlertid bare bytte sponsor og plassering én gang, slik det er beskrevet her, og hver slik endring vil være endelig. Ut fra behovet om å bevare Downlineorganisasjonen intakt, kan det hende at bytte av sponsor/plassering ikke vil være mulig. Derfor har selskapet full mulighet til å tillate eller avvise foreslåtte endringer.

1. Det vil bli belastet et gebyr på trettifem amerikanske dollar (\$ 35,00) eller tilsvarende lokal valuta for hver innsendt søknad om bytte av sponsor eller plassering. Dette gebyret vil bli belastet selv om søknaden avslås av selskapet. Søknadsskjemaer om bytte må være utfyllt i sin helhet og mottatt av selskapet innen kl. 17:00 amerikansk tid, "Mountain Standard Time" (-7 UTC standard og -6 UTC Mountain Daylight Time), den 20. i måneden. Søknader som mottas etter denne fristen, vil bli behandlet måneden etter. Et redusert gebyr på 25 amerikanske dollar (\$ 25,00) vil bli belastet for alle innleverte søknader om endring av sponsor/plassering som blir mottatt av selskapet innen kl. 17:00 "MST" (-7 UTC standard og -6 UTC Mountain Daylight Time) den 15. i måneden.

2. Det må foreligge en oppdatert og nøyaktig distributøravtale og erklæring om eierinteresser, for alle distributører som søker om bytte av sponsor/plassering.

B. Bytte av plassering. En distributørenhet kan bli flyttet til en ny plass innenfor Downline-organisasjon rett ved sin egen plassering hvis distributøren til denne får skriftlig godkjenning fra den opprinnelige sponsoren og distributøren selv, og på betingelse av at:

1. flyttingen skjer innen (90) dager fra signaturdatoen
2. flyttingen er tre (3) nivåer eller mindre under nåværende plassering
3. distributørens Downline-organisasjon ikke har mer enn 2 500 amerikanske dollar (\$ 2 500,00) i månedlig gruppevolum. (Slik dette er definert i provisjonsplanen).

C. Avansement. En distributørenhet kan bli flyttet til en ny plassering i enhetens Upline, på betingelse av at den får skriftlig godkjenning fra hver distributørenhet som den forbigår i plassering. På samme måte kan en distributørenhet bli flyttet til en ny sponsor i enhetens

Upline, på betingelse av at distributøren får skriftlig godkjenning fra hver distributørenhet som den forbigår i sponning.

D. Bytte av sponsor. En distributørenhet kan bli flyttet til en ny sponsor innenfor den opprinnelige sponsorens Downlineorganisasjon, hvis distributøren får skriftlig godkjenning fra den opprinnelige sponsoren, og på betingelse av at:

1. flyttingen skjer innen seks (6) måneder etter signaturodato
2. distributøren ikke har nådd graden 20 000-distributør

E. Salg eller overføring av distribusjonsenhet. Et salg eller en overdragelse av en distributørenhet eller -oppgave finner sted når en distributør overdrar eller overfører eierskap eller kontroll over en distributørenhet til en annen juridisk person. (Hvis et medlem, styremedlem, leder, aksjonær, partner, ansatt eller en i lignende posisjon eller tittel, selger, overdrar eller overfører en hovedandel i en distributørvirksomhet som har en fordelaktig interesse i en distributørvirksomhet skal denne transaksjonen være underlagt betingelsene i dette dokumentet.) Selskapet forbeholder seg retten til å godkjenne eller avvise forslag til salg, overdragelse eller overføring av en distributørvirksomhet. Salg, overdragelse eller overføring av distributørenhet kan kun hvis distributørvirksomheten på gjeldende tidspunkt er i god stand i henhold til betingelsene i seksjon 9E i dette dokumentet. I alle salg, overdragelser eller overføringer vil den overførte distributøren beholde samme Downline-organisasjon og samme grad/tittel som han/hun hadde før overføringen. En distributørvirksomhet kan overdras eller overføres uten heftelse (f.eks. som gave), hvis selskapet godkjenner dette skriftlig. Salg, overdragelse eller overføring av distributørenhet er underlagt betingelsene i denne del 4E og delene 4F, 4G, 4H og 4J nedenfor.

F. Forkjøpsrett. Ved overføring av distributørenheter har selskapet forkjøpsrett ("RFR") til (den "kvalifiserte Direct Upline", slik begrepet brukes i dette punktet).

1. Hvis en distributør mottar et reelt tilbud om kjøp av rettighetene til sin distributørenhet, skal distributøren først tilby å selge sine distributørrettigheter til selskapet på samme vilkår som i det reelle tilbudet om kjøp. Distributøren skal levere tilbudet skriftlig til selskapet, og selskapet har en akseptfrist på femten (15) virkedager. Bevis på et legitimt tilbud kan inkludere, men er ikke begrenset til, kontanter eller pantessikkerhet deponert på en sperret konto, bevis på lånetilsagn eller andre reelle tiltak som er iverksatt med det eneste formål å kjøpe distributørrettighetene.

2. Hvis selskapet ikke bruker forkjøpsretten innen fristen på femten (15) dager, skal distributøren fremsette det samme tilbudet til sin kvalifiserte direkte Upline på samme vilkår som i kjøpstilbudet. Selskapet skal formidle kjøpstilbudet skriftlig til distributørens kvalifiserte direkte Upline. Den kvalifiserte direkte Upline har en akseptfrist på ti (10) virkedager. Hvis den kvalifiserte direkte Upline aksepterer tilbudet, må han eller hun melde fra skriftlig til selskapet på aksepttidspunktet.

3. Hvis den kvalifiserte direkte Upline ikke bruker forkjøpsretten innen den angitte tidsfristen, kan distributøren overføre distributørenheten til en tredjepart i henhold til samme vilkår som i det reelle tilbudet om kjøp, under forutsetning av at distributøren følger alle andre overføringsprosedyrer som er beskrevet i dette punktet, og slik som det til enhver tid defineres av selskapet.

4. RFR skal gjelde for alle nye reelle tilbud som mottas av distributøren.

5. I følgende situasjoner gjelder ikke forkjøpsrettsbestemmelsene som er beskrevet i del Fovenfor, men hvert tilfelle krever at selskapet mottar en revidert distributøravtale og erklæring om eierinteresse.

a. Navnet på en juridisk person som har eierinteresse i distributørenheten, tilføyes i distributøravtalen (f.eks. hvis en hustru legger til sin ektemann).

b.Navnet på en juridisk person som ikke lenger har eierinteresse i distributørenheten, fjernes fra distributøravtalen (hvis f.eks. en person slutter i et selskap, eller hvis en aksjonær som ikke innehar en kontrollerende del av aksjene selger sine eierinteresser i et aksjeselskap.)

c.En distributør som er en privatperson, overfører sine eierinteresser til et registrert foretak som bare denne distributøren har eierinteresse i (hvis f.eks. et ektepar danner et selskap med begrenset ansvar for å drive distributørenheten og er de eneste medlemmene/lederne).

#### G. Begrensninger for salg og overføring

1. En person som allerede er distributør, kan ikke kjøpe en annen distributørenhet.

2. En distributør som selger eller overfører sin distributørenhet, kan ikke søke på nytt om å bli distributør under en annen sponsor før det har gått minst seks (6) måneder etter at selskapet godkjente salget.

3. En juridisk person kan ikke fusjonere med, eller anskaffe seg økonomisk interesse i, en distributørenhet som allerede eksisterer, hvis denne juridiske personen har vært engasjert i distributørvirksomhet i løpet av de siste to (2) årene.

4. Dersom en distributør overfører sin distributørenhet til sin kvalifiserte direkte Upline, kan den kvalifiserte direkte Upline fusjoneres inn i hans eller hennes eksisterende distributørenhet eller settes på hold i opp til seks (6) måneder for å finne og overføre distributørenheten til en ny kjøper. Dersom det mislykkes å overføre distributørenheten innen tidsfristen vil dette resultere i at distributørenheten fusjoneres inn i den kvalifiserte direkte Uplines distributørenhet i henhold til prosedyrer for overføring av distributørenheter.

5. Dersom en distributør selger eller overfører sin distributørenhet og innen ett år fra salgsdato tegner kontrakt med eller blir ansatt i et annet direkteselgende markedsføringsnettverk eller <flernivåsselskap, skal dette anses som kontraktsbrudd og selskapet forbeholder seg rettigheten til å kansellere overføringen av distributørenheten i henhold til betingelsene i kontrakten. Denne betingelsen gjelder også etter at kontrakten er sagt opp.

6. Alle salg eller overføringer av distributørenheter under graden Premier kan, etter selskapets skjønn, være gjenstand for en ikke-konkurrerende forpliktelse mellom distributøren som selger eller overfører og selskapet, i opp til seks (6) måneder, i samsvar med betingelser i dokumentasjon fra selskapet for salg eller overføring. Alle salg eller overføringer av distributørenheter av grad Premier eller høyere skal være gjenstand for ikke-konkurrerende forpliktelser mellom distributøren som selger eller overfører, distributøren som kjøper og selskapet, ikke mindre enn ett (1) år, i samsvar med betingelser i dokumentasjon gitt av selskapet for salg eller overføringer på den tiden

#### H. Saksgang. Noen flere krav til saksgangen:

1. Distributøren som selger/overfører sin distributørenhet, må enten levere eller ha arkivert en oppdatert og fullstendig distributøravtale og erklæring om eierinteresser for alle foretak som søker om overføring.

2. Spesifikke dokumenter som finnes på selskapets nettsider, må leveres inn for at salg eller overføring av en distributørenhet skal kunne behandles.

3. En søknad om salg eller overføring må være mottatt av selskapets Distributor Education and Conduct Department (avdeling for distributør opplæring og god fremtreden) innen den 20. i måneden for at endringen skal kunne tre i kraft samme måned.

4. Eventuelle søknader som mottas etter den 20., vil bli behandlet påfølgende måned.

5. vil bli belastet et gebyr på 100 amerikanske dollar (\$ 100,00) per søknad.

6. Ufullstendige, feilaktige eller avslåtte søknader vil bli belastet med et tilleggsgebyr på 35 amerikanske dollar (\$ 35,00).

I. Tolkning. Disse reglene og retningslinjene vil ved salg eller overføring av en distributørenhet bli tolket på en måte som er til beste for selskapet. Selskapet forbeholder seg retten til å avvise enhver erverver eller kjøper.

J. Fusjon. To distributørenheter kan fusjoneres til en enkelt distributørenhet, hvis den ene sponser den andre. Alle fusjoner er endelige. For å sette fusjonen i kraft må begge distributører levere inn et tillegg til distributøravtale og få selskapets skriftlige tillatelse.

K. Restriksjoner på flere eierinteresser

1. Det er ikke tillatt for en distributør å ha eierinteresser i mer enn en distributørenhet.

2. Dersom en person med eierinteresse i en eksisterende distributørenhet ønsker å bli distributør under en annen sponsor, må personen først avslutte den eierinteressen i den eksisterende enheten og vente seks (6) måneder før han/hun søker på å bli distributør.

3. Selskapets restriksjoner på flere eierinteresser sikrer at (i) alle anstrengelser fra distributøren for å bygge opp sin distributørvirksomhet er fokusert på en enkelt distributørenhet og ikke utvannes gjennom forpliktelser til flere distributørenheter, og (ii), Upline får full godtgjørelse fra distributørens anstrengelser. Når det skal fastslås om en distributør har en eierinteresse, vurderer selskapet betydningen av begrepet slik det er definert i tillegg A og intensjonene bak denne restriksjonen.

L. Effekten av ekteskap, skilsmisse og død på distributørforholdet

1. Ekteskap. En ektefelle sies å ha eierinteresse i en distributørenhet, og alle handlinger og utelatelser fra ektefellens side skal gjelde for distributøren. Dersom to distributører gifter seg kan de holde distributørenhetene sine atskilt. Alle andre betingelser for eierinteresse i kontrakten gjelder imidlertid begge distributørenheter.

2. Skilsmisse. Når et ektepar som opptre som individuelle distributører i distributøravtalen, skilles eller separeres, vil selskapet fortsette å betale ut godtgjørelser i henhold til godtgjørelsesplanen på samme måte som før skilsmissen eller separasjonen, til selskapet får en juridisk bindende sertifisert kopi av skilsmisseattest eller annen rettskjennelse som fastsetter utbetalingsvilkår og/eller disponering av rettigheter i henhold til kontrakten. Når det oppstår en endring i eierforhold etter rettskjennelse må ektefellen som står igjen som distributør sende inn et tillegg til distributøravtalen. Ikke i noen tilfeller vil distributørenheten deles opp.

3. Dødsfall og arv. Dersom en distributør dør vil kontrakten gis videre til arvingen av distributørenheten (som kan kvalifiseres i henhold til kontrakten), i samsvar til gjeldende lover. Selskapet krever bekreftede kopier av dødsattest (eller legeerklæring) og et bekreftet testamente, rettskjennelse eller annen korrekt juridisk dokumentasjon. Arvinger som overtar enheten må sende inn et tillegg til distributøravtalen. Ved overdragelse forbeholder selskapet seg retten til å foreta utbetalinger til avdøde distributørs dødsbo. Dersom arvingen ønsker å

avslutte distributørforholdet må en skriftlig, signert erklæring på dette sendes inn sammen med dødsattest. Hvis arvingen til distributørenheten er en allerede eksisterende distributør vil kontrakten overdras til den eksisterende distributøren og selskapet vil godkjenne sammensatt eierinteresse gjennom arv, under forutsetning av at den eksisterende distributøren ikke allerede eier en annen distributørenhet gjennom arv. Hvis den eksisterende distributøren allerede eier en annen distributørenhet gjennom arv, vil selskapet godkjenne sammensatt eierinteresse gjennom arv for opp til seks (6) måneder. I løpet av denne tiden må eksisterende distributør ha solgt eller på annen måte overført den eksisterende eller en av de arvede distributørenheter.

## Punkt 5 Godtgjørelse

A. Salgsfortjeneste. Provisjoner utbetales til distributører som er kvalifisert i henhold til godtgjøringsplanen, og som overholder kontrakten. Distributørers suksess avhenger av jevnt og regelmessig kundesalg av produkter, og jevnt og regelmessig og kundesalg i distributørens Downline-organisasjon. Siden en distributørs suksess i stor grad avhenger av distributørens egeninnsats, kan ikke selskapet garantere noen fortjeneste, suksess eller at distributøren oppnår en viss inntekt. En distributør mottar ikke provisjon for å spons eller verve andre distributører. Den eneste måten å tjene opp provisjon på er å selge produkter.

B. Betaling. Selskapet vil utbetale provisjoner til kvalifiserte distributører for produktbestillinger som: (i) mottas av selskapet innen utløpet av provisjonsperioden, og ii) som er betalt i sin helhet med riktig beløp. Commissions are paid in the name of the Business Entity listed on the Distributor Agreement. When no Business Entity is listed, Commissions are paid to the personal name of the first Person listed on the Distributor Agreement.

1. Provisjoner utbetales i navnet til foretaket som er oppført i distributøravtalen. Hvis intet foretak er oppført, blir provisjoner utbetalt i navnet til den første juridiske enheten som er oppført i distributøravtalen

2. UniLevel- og bonuspottprovisjoner utbetales innen den 20. hver måned. Alle produktbestillinger som ikke foretas over Internett, må være mottatt av selskapet før kl. 17:00 (MST amerikansk tid) den siste virkedagen i måneden for å bli medregnet i den aktuelle månedens UniLevel-provisjoner. Alle produktbestillinger som foretas over Internett, må være mottatt av selskapet før kl. 11:59 (MST amerikansk tid) den siste dagen i måneden for å bli medregnet i den aktuelle månedens UniLevel-provisjoner.

3. PowerStart-provisjoner utbetales fredagen etter utløpet av den ukentlige kvalifiseringsperioden. For at en bestilling skal bli inkludert i en ukentlig kvalifiseringsperiode, må den legges inn mellom midnatt (00:00) natt til mandag og kl. 23:59 følgende søndag kveld.

4. Hvis en distributør mener det er feil i beregningen av provisjoner og/eller programkvalifiseringer, må selskapet umiddelbart gjøres oppmerksom på slike feil. Hvis selskapet ikke blir underrettet skriftlig om slike problemer innen førtifem (45) dager etter utløpet av den relevante provisjonsperioden, ir distributøren avkall på alle rettigheter til å få dekket krav ved slike antatte feil.

C. Nyutstedelse av sjekker. Dersom en provisjonssjekk må utstedes på nytt til en distributør, vil selskapet belaste distributøren med et gebyr på femten amerikanske dollar (\$ 15,00) (eller tilsvarende lokal valuta). Dersom en sjekk må utstedes på nytt på grunn av feil fra selskapets side, vil ingen tilleggsgebyrer bli belastet. Sjekker som utstedes på nytt etter ett hundre og åtti (180) dager, vil bli belastet med et ekstra behandlingsgebyr på 5,00 amerikanske dollar (\$ 5,00).

D. Minstebeløp for utbetaling. Minstebeløp for utbetaling av provisjons- og bonussjekker er 10 amerikanske dollar (USD 10,00 eller tilsvarende i lokal valuta). Provisjoner og/eller på beløp under 10 amerikanske dollar (USD 10,00 eller tilsvarende i lokal valuta) for en utbetalingsperiode vil akkumuleres til beløpet er på minst 10 amerikanske dollar (USD 10,00 eller tilsvarende i lokal valuta).

E. Returnerte eller ikke innløste utbetalinger. Selskapet vil gjøre alt det kan for å sikre at en distributør mottar sine provisjonsutbetalinger. Hvis en provisjonsutbetaling ikke blir utbetalt på grunn av utilstrekkelig informasjon eller andre årsaker som ligger utenfor selskapets kontroll, vil beløpet krediteres distributørens konto i 180 dager. I løpet av denne tiden vil selskapet forsøke å få kontakt med distributøren for å effektivere utbetalingen. Etter disse 180 dagene, vil et behandlingsgebyr på ti dollar (USD 10,00 eller tilsvarende i lokal valuta) bli fratrukket distributørens utbetaling. Hvis provisjonen er utsendt i form av en sjekk og sjekken returneres eller ikke løses inn for grunner utover selskapets kontroll, skal sjekken annulleres og distributøren kan også bli krevd for et engangsgebyr for kansellering/stopp av utbetaling på opp til femten amerikanske dollar (USD 15,00 eller tilsvarende lokal valuta) i tillegg til det månedlige behandlingsgebyret.

F. Ingen manipulering. Manipulering av godtgjørelsesplanen er ikke tillatt og kan føre til sanksjoner. Manipulering av godtgjøringsplanen inkluderer, men er ikke begrenset til, at en distributør for å kvalifisere for ulike grader og provisjoner, kjøper store mengder produkter som ikke selges gjennom den direkte salgskanalen, legger inn ordrer i sin egen Dowline-organisasjon og alle andre handlinger som eventuelt bryter nasjonale eller internasjonale lover vedrørende pyramideorganisasjoner. Slik manipulering kan, etter selskapets eget skjønn, føre til at provisjoner ikke blir utbetalt og at distributørenheten blir oppløst.

G. Fratrekk og mellomregninger. Distributøren gir selskapet fullmakt til å belaste provisjonene med gebyrer i samsvar med punkt G i dette dokumentet, eller med andre vilkår i kontrakten. Eventuelle gebyrer vil bli fastsatt etter selskapets eget skjønn.

## Punkt 6 Bestille produkter

A. Lagerbeholdning. Selskapet stiller ingen krav til distributører angående minimum lagerbeholdning, så distributørene må selv avgjøre hvor stor lagerbeholdning han/hun trenger for prosjektert kundesalg og personlig bruk.

B. Bestilling. Produkter kan bestilles via telefon, post, faks, Internett eller ved direktebestilling til selskapets hovedkontor.

1. Ordre som legges inn via faks eller post, eller som leveres personlig, må være komplett utfyllt ved hjelp av gjeldende prislister på ordreskjemaet for distributører. Priser på selskapets produkter kan endres etter selskapets forgdtsbestemmelser.

2. Betalingen må være på bestillingens nøyaktige beløp, og kan foretas med tilgjengelige betalingsmetoder (banksjekk, bank/postanvisning, kredittkort, kontanter, automatisk overføring, ACH autogiro og/eller personlig sjekk eller bedriftssjekk). Elektronisk bankoverføring kan være tilgjengelig bare for store bestillinger.

3. Bestillinger må være betalt i sin helhet før de blir hentet eller sendt. Frakt- og ekspedisjonskostnader er basert på leveranseadressen og mengden bestilte produkter.

4. Uautorisert bruk av en annen juridisk persons kredittkort er forbudt.

5. An En bestilling som foretas over telefon, anses ikke som mottatt av selskapet før selskapets kundeservice har gitt distributøren eller kunden et ordrenummer.

C. Hent selv. Der Hent selv-service er tilgjengelig, kan en distributør hente ordren sin på hentelageret. Selskapet kan sende, for distributørens regning, varer som er merket for henting, dersom varene ikke er hentet av distributøren innen nitti (90) virkedager etter den fastsatte datoen for det automatiske leveringsprogrammet (ADP), eller ved slutten av kalendermåneden, hvis dette er senere. Hvis produktet sendes til distributøren fra Hent selv-lageret, kan selskapet bruke alle betalingsmetoder som er registrert på distributøren, for å innkreve fraktkostnadene. Alternativt kan selskapet etter eget forgodtbefinnende (i) konvertere slik ordre til en ordre av et annet av selskapets produkter, inkludert, men ikke begrenset til, XanGo Goodness Meal Pack produktet, eller (ii) kreve at distributøren kansellerer bestillingen.

D. Restordrebestilling. Hvis selskapet midlertidig ikke har den bestilte varen på lager, får distributøren en restordremelding sammen med leveransen. Restordre blir utført først når det kommer nye varer. Restordrevolum blir kreditert til den måneden da selskapet mottok betaling for den opprinnelige bestillingen.

E. Elektroniske transaksjoner. Denne betalingsmetoden, som også kalles ACH autogiroavtale, kan være et alternativ ved kjøp av produkter og utbetaling av provisjoner til distributører i enkelte godkjente land. Når en distributør setter opp en ACH autogiroavtale for kjøp av produkter eller mottak av provisjoner, gir distributøren selskapet fullmakt til regelmessig elektronisk debitering eller kreditering av sin bankkonto for kjøp eller utbetalinger, i henhold til lovgivningen i det godkjente landet der distributøren bor.

1. For å etablere en ACH autogiro for kjøp og utbetaling, må en kvalifisert distributør sende inn de nødvendige skjemaene til en av selskapets kundeservicerepresentanter. Skjemaene varierer fra land til land, og ligger på selskapets nettsider under lenken for det enkelte landet. Det kan ta litt tid før en ACH autogiroavtale trer i kraft.

2. ACH autogiro kan være tilgjengelig for alle produktordrer, i enkelte godkjente land. Tilgjengeligheten varierer imidlertid fra land til land. I løpet av minimum de første nitti (90) dagene kan ordrer som skal betales via ACH autogiro, bli underlagt en transportforsinkelse på inntil sju (7) virkedager slik at det kan bekreftes at det er dekning på kontoen.

3. Hvis en distributør vil bruke en bankkonto som tilhører en annen juridisk person for ACH autogirobetaling, kreves en skriftlig, bekreftet autorisasjon fra eieren av kontoen. Dersom det ikke innhentes korrekt autorisasjon, anses det som brudd på kontrakten.

F. Betaling uten dekning. Eventuelle betalinger uten dekning eller som returneres uavhentet, blir regnet som brudd på kontrakten. Selskapet vil kreve et ekspedisjonsgebyr på 20 amerikanske dollar (\$ 20,00) eller tilsvarende for alle betalinger uten dekning. Selskapet forbeholder seg retten til å begrense en distributørs betalingsmetoder.

1. Hvis det ikke er dekning på kontoen, har distributøren ansvaret for å betale alle bankgebyrer pluss selskapets ekspedisjonsgebyr. Ved bruk av ACH autogiro er distributøren innforstått med at hvis selskapets første forsøk på å innhente betalingen mislykkes, vil banken automatisk forsøke på nytt innen tre (3) dager. Distributørens bank kan ilegge et straffegebyr for hvert mislykkede forsøk. Hvis det ikke er dekning, vil selskapet holde tilbake produktene eller kansellere forsendelsen. Hvis produktet allerede er sendt, må distributøren bruke en annen betalingsmåte for produktet. Hvis betalingen ikke er mottatt innen rimelig tid, kan selskapet gå til inkasso, stanse fremtidige ordreforsendelser og iverksette andre innkrevingsmetoder som er tilgjengelige i henhold til kontrakten, for eksempel å holde tilbake provisjoner

2. Eventuelle utestående beløp kan bli trukket fra distributørens gjeldende eller fremtidige provisjoner.

3. Distributøren er innforstått med at alle juridiske personer som er oppført i distributøravtalen, eller alle juridiske personer som har eierinteresse i distributørenheten, vil ha solidaransvar for utestående beløp som gjelder betaling for produkter og gebyrer. Distributøren er helt og holdent innforstått med at dette solidaransvaret går foran eventuelle ansvarsbegrensninger som ellers måtte gjelde for distributørenheten, eller de som har eierinteresser i distributørenheten.

#### G. Automatisk leveringsprogram (ADP)

1. Distributører kan velge om de vil delta i det automatiske leveringsprogrammet (ADP). Distributører kan når som helst melde seg inn i det automatiske leveringsprogrammet ved å sende inn ADP-søknadsskjemaet, eller ved å sende selskapet en skriftlig henvendelse som spesifiserer den varemengden som skal sendes hver måned, og hvilken betalingsmåte som skal benyttes. Hvis distributøren tar i bruk ADP på innmeldingstidspunktet, tjener distributøravtalen som bekreftelse på medlemskap i programmet. En konto for det automatiske leveringsprogrammet (ADP) vil bli belastet til en fastsatt tid hver måned, og produktene blir sendt til fastsatt tid etter dette. Distributøren kan få sporingsnumre fra selskapet når produktene er sendt. Fastsatte datoer for ADP-utsendelser, kontobelastning, utsending eller kontoendringer postes på selskapets mvxango nettside, og kan endres av selskapet fra tid til annen.

2. I vintermånedene kan selskapet bruke et transportprogram for kaldt vær i enkelte geografiske regioner. Dette programmet er utarbeidet for å hindre skade på produkter i enkelte regioner hvor de utsettes for ekstreme værforhold. Hvis dette programmet brukes, frafaller distributøren alle krav mot selskapet for forsinkede leveranser.

3. Distributører kan velge mellom to (2) typer ADP:

a. Reserve-ADP (Backup): Hvis en distributør som er registrert for reserve-ADP, leverer inn en ordre før en spesifisert dato hver måned (se fastsatte datoer for ADP på selskapets mvxango kontonettside), og hvis ordrevolumet er likt eller større enn volumet for det automatiske leveringsprogrammet (ADP) den samme måneden, vil ordren erstatte ADP for den måneden. Ordre som blir lagt inn etter at ADP er ekspedert, og alle ordre som blir lagt inn før ADP er ekspedert, og som ikke er lik eller større enn ADP-volumet for den aktuelle måneden vil ikke krediteres ADP for den måneden eller noen påfølgende måned, eller

b. ADP uten vilkår (Unconditional): Når det blir satt opp et automatisk leveringsprogram (ADP) uten vilkår, vil distributøren motta ADP-leveransen hver måned, uansett størrelsen på det volumet distributøren har bestilt til andre tidspunkt i løpet av den aktuelle måneden.

4. Betalingene vil bli verifisert før ADP-ordrene blir ekspedert. Dersom en autorisasjon blir avslått, kan selskapet forsøke å kontakte distributøren og prøve å få ny autorisasjon. Hvis autorisasjon ikke er innhentet innen utløpet av måneden, vil ordren anses som "ikke ekspedert", og vil ikke bli inkludert i behandlingen og beregningen av provisjonen. Selskapet kan ikke holdes ansvarlig for svikt i volum på grunn av ubehandlede ordre.

5. For at selskapet skal kunne forandre eller avslutte en distributørs ADP, må distributøren sende en skriftlig anmodning (med dato, distributørens navn, personnummer og underskriften til den distributøren som ønsker at opplysningene skal endres), til selskapet innen en fastsatt tid hver måned. Slike anmodninger omfatter, men er ikke begrenset til, endringer i antall produkter, leveringsadresse, betalingsmetode osv. Fastsatte datoer for ADP-kontoendringer, kontobelastning, utsending eller kontoendringer postes på selskapets mvxango nettside, og kan endres av selskapet fra tid til annen.

6. Når et automatisk leveringsprogram (ADP) kanselleres, kan en distributør returnere den siste leveransen, forutsatt at den ikke er eldre enn nitti (90) dager, og at distributøren følger alle andre bestemmelser i refusjonsreglene (se punkt 6.K). Retur av produktet, eller å nekte å motta en forsendelse, er i seg selv ikke tilstrekkelig til å kansellere et ADP. Distributøren må levere inn en signert anmodning om kansellering. Kanselleringsmeldingen må leveres skriftlig som faks, brev, personlig leveranse eller som e-post med skannet signatur.

H. Syttiprosentregelen. Med hver produktbestilling skal distributøren bekrefte at han eller hun har solgt eller brukt minst 70 % av alle produkter som er kjøpt i tidligere bestillinger. Alle distributører som mottar provisjoner og bestiller flere produkter, samtykker i å ta vare på dokumentasjon som viser at denne regelen er fulgt, inkludert bevis på kundesalg, i en periode på minst fire (4) år. Distributører samtykker i å gjøre denne dokumentasjonen tilgjengelig for selskapet på selskapets forespørsel. Dersom dette kravet ikke overholdes, eller dersom det gis feil informasjon om produktmengden som er solgt eller brukt, for å avansere i godtgjøringsplanen, vil det bli ansett som brudd på kontrakten og utgjør grunn for å heve den. Et slikt brudd gir også selskapet rett til å kreve tilbakebetalt eventuelle provisjoner som distributøren har fått utbetalt for alle tidsperioder da slik dokumentasjon ikke ble opprettholdt, eller denne bestemmelsen ble brutt.

I. Omsetningsavgift, skatt på varer og tjenester, MVA.

1. Amerikansk omsetningsavgift ilegges på produktets veiledende utsalgspris, og beregnes med gjeldende satser for det stedet produktet sendes til. Selskapet vil innkreve og oversende omsetningsavgiften til de relevante skattemyndighetene. I domsmyndigheter der en distributør er mva-registrert ved det lokale skattekontoret, og har sendt inn et "Sales and Use Tax Exemption Certificate" (Skjema for fritak for belastning av mva) eller tilsvarende dokument til selskapet, har distributøren selv ansvaret for å belaste omsetningsavgift. Det er distributørens ansvar å levere et oppdatert eksemplar av dokumentasjonen som fritar for belastning av merverdiavgift, hvert år.

2. I alle andre domsmyndigheter blir skatt på varer og tjenester, mva eller annen gjeldende omsetningsskatt, basert på innkjøpsprisen. Selskapet vil informere om sitt skatte- eller mva-nummer og riktig fakturering, som også kan omfatte elektronisk fakturering, der dette er tillatt ifølge loven. Selskapet inkluderer ikke skatt på varer og tjenester eller MVA i provisjonsutbetalinger. Distributører som er skatte- eller mva-registrert, og som må legge til slik skatt eller mva på sine tjenester, kan sende en gyldig skatte- eller mva-faktura til selskapet for å kunne belastes for slik skatt eller mva på provisjonsinntekter.

J. Melding om angrefrist til kunder. Ved kundesalg skal distributører gi kunden verbal informasjon om kundens rett til å heve kjøpet. Angrefristretten er beskrevet i den forhåndstrykte salgskvitteringen som er levert av selskapet, og slike salgskvitteringer må fylles ut og leveres til detaljkunden når salget finner sted. Denne kvitteringen ligger i startpakken for distributører, og distributøren kan også laste den ned fra selskapets nettsider <http://>. Hvis kunden benytter seg av sin rett til å heve kjøpet, skal distributøren som foretar salget, følge refusjonsprosedyrene som er beskrevet i dette punktet. Kunden skal returnere alle ubrukte produkter.

K. Retur, refusjon og bytting. Selskapet vil refundere innkjøpsprisen for produktet, eller bytte produktet i henhold til følgende retningslinjer.

1. Hvis distributøren (eller hans/hennes kunde som bestilte direkte fra selskapet) ikke er hundre prosent fornøyd med det første produktkjøpet, kan vedkommende sende den ubrukte delen av det første produktkjøpet til selskapet innen tretti (30) dager etter kjøpsdato, så vil selskapet refundere 100% av kjøpebeløpet (minus porto og ekspedisjonsavgift). Hvis det første produktkjøpet returneres etter tretti (30)-dagersperioden, vil selskapet refundere 90% av kjøpebeløpet (minus porto og ekspedisjonsavgift).

2. For andre ordrer enn det første produktkjøpet vil selskapet returnere kjøpebeløpet på returnerte produkter, minus et lageradministrasjonsgebyr på 10%.

3. En distributør som krever refundering (og hans eller hennes kunde som har bestilt direkte fra selskapet), må kontakte Customer Service (kundekontoret) for å få et autorisasjonsnummer for vareretur (R.M.A) fra selskapet. Produkter som returneres til selskapet må ha et R.M.A.-nummer skrevet på utsiden av pakken, og alle produkter uten et R.M.A.-nummer, vil ikke kvalifisere for refusjon og blir returnert til distributøren for distributørens regning. Når selskapet mottar det returnerte produktet, registreres returen, og refusjon vil sendes til distributøren innen tretti (30) dager. Refusjonsmetoder er begrenset til den opprinnelige betalingsmåten, eller, hvis denne ikke er tilgjengelig, i form av en sjekk på amerikanske dollar eller en annen metode som selskapet måtte velge. Ingen refusjoner sendes ut etter ett år fra kjøpsdato. For alle refusjoner kreves følgende:

a. Refusjonskravet må fremsettes innen nitti (90) dager etter kjøpet.

b. Syttiprosentregelen i punkt 6.H ovenfor må være oppfylt (bare distributører

c. Produktet må returneres i salgbar stand (uåpnet, uforandret og gjensalgbart) etter selskapets skjønn.

d. Produkter skal sendes med sporing (f.eks. med UPS) og mottas innen syv (7) dager fra selskapet ble kontaktet.

4. Selskapet kan innvilge unntak fra refusjonsreglene i tilfelle forsømmelse eller feilaktige fremstillinger fra distributørens side, eller hvis andre formildende omstendigheter krever det. Provisjoner eller grader som allerede er tildelt, kan etter selskapets skjønn bli omstøtt og/eller endret på grunn av slike unntak.

5. Kunden kan returnere produktet til distributøren, som da har ansvaret for å sørge for et bytte med selskapet eller gi kunden refusjon. Distributøren skal ta hensyn til kundens rettidige krav selv om det fremlegges etter at eventuell lovpålagt angrefrist er utløpt. Et krav anses som rettidig hvis det fremstilles innen nitti (90) dager etter datoen for salget til kunden.

6. Eventuelle provisjoner som er utbetalt til distributøren og hans eller hennes Upline for produktet som distributøren eller kunden har returnert, kan trekkes fra den respektive Upline-distributørens konto eller tilbakeholdes fra aktuelle eller fremtidige provisjonsutbetalinger. Distributøren samtykker i at han eller hun ikke skal basere seg på det eksisterende Downline-volumet ved utløpet av en provisjonsperiode, siden retur kan medføre endringer i hans eller hennes tittel, grad og/eller provisjonsutbetalinger.

7. Alle transport- eller kurérkostnader i forbindelse med retur av produktet, bæres utelukkende av distributøren med mindre dette er forbudt ved lov. Distributøren har likeledes ansvar for alle skader og tap som eventuelt blir påført det returnerte produktet under transporten. Dersom produktet ankommer selskapet ødelagt (og dermed ikke er salgbart), vil selskapet nekte å motta forsendelsen. Retur av ukomplette produkter blir ikke akseptert eller refundert, i henhold til selskapets standard retningslinjer for retur.

8. Selskapet vil erstatte produktet hvis produktet ble skadet under frakt, er feilsendt på grunn av feil fra selskapet eller har dårlig kvalitet. Men hvis det ikke er mulig å bytte produktet, vil selskapet refundere beløpet for det returnerte produktet. Hvis produktet er skadet eller defekt, må distributøren kontakte selskapet innen ti (10) dager etter at ordren ble mottatt. Selskapet utsteder så et identifikasjonsmerke for produktet, og sender straks ut et produkt til erstatning. Selskapet vil kontrollere produktet ved mottakelsen.

L. Tilbakekjøp. Selskapet vil kjøpe tilbake ubrukte produkter og ubrukt salgsmateriell som er solgt til en distributør som frivillig sier opp kontrakten i henhold til punkt 9.E, Heving av avtalen. Slike tilbakekjøp underlagt returreglene som er beskrevet i dette punktet, med unntak av at salgsmateriell (åpnet eller uåpnet) som er kjøpt av distributøren, refunderes i sin helhet. For å få full refusjon av kjøpesummen minus forsendelseskostnader. Ved retur av startpakken for distributører og/eller salgsmateriell, må en distributør levere en skriftlig melding om frivillig heving av avtalen.

## Punkt 7 Markedsføre produktet og forretningsmuligheten

A. Bruk av salgsverktøy. Distributører må bare bruke salgsverktøy som er anerkjent av selskapet, for et godkjent land, eller et land som befinner seg i en kunngjort føranseringsperiode. Distributøren samtykker i at hvis han/hun bruker et byrå eller en annen tredjepart til å selge eller distribuere salgsverktøy, så skal distributøren inngå et skriftlig taushetsløfte (som leveres av selskapet), med byrået eller tredjeparten for å sikre at all distributør- og kundeinformasjon behandles konfidensielt og forblir kun selskapet eiendom.

B. Godkjenning av salgsverktøy. Distributører må levere alle salgsverktøy til selskapets Distributor Education and Conduct Department (avdeling for distributør opplæring og god fremtreden) for godkjenning før bruk. Selskapet forbeholder seg retten til å godkjenne eller avvise et foreslått salgsverktøy etter eget skjønn. Godkjenningsprosessen vil vanligvis ta minst tre (3) uker. For å overholde eventuelle nye lover og forskrifter kan selskapet oppheve sin tidligere godkjenning av et salgsverktøy, og selskapet kan kreve at distributøren fjerner et tidligere godkjent salgsverktøy fra markedet, for egen regning og på eget ansvar. Hvis salgsverktøyene godkjennes, vil selskapet gi distributøren:

1. et unikt godkjenningsnummer og logo for salgsverktøy, og
2. en skriftlig godkjenning fra selskapet som spesifikt fastslår at salgsverktøyet kan distribueres.

C. Produktpåstander. De eneste påstandene og fremstillingene distributører kan ytre om produktene, er de som finnes i litteraturen som distribueres av selskapet. Eventuelt utenforstående materiell som brukes i distributørvirksomheter, må være i samsvar med alle nasjonale lover og forskrifter. Alle distributører må lese og rette seg etter retningslinjene i "Distributor Advertising Guide" (Annonseringsveiledning for distributører), som finnes på selskapets nettsider. Distributøren må ikke ytre uttrykkelige eller underforståtte helsemessige eller medisinske påstander av noen karakter om noen av produktene, unntatt de påstander, om noen, som er utgitt i selskapets litteratur og godkjent til bruk i landet hvor påstanden framsettes. Distributører må under ingen omstendighet anbefale noe produkt som egnet for en bestemt lidelse. Det må ikke ytres noen påstander om at noen av produktene som selskapet tilbyr, har terapeutiske eller helbredende egenskaper.

D. Ingen endringer. Distributører skal ikke sette nye etiketter på eller pakke om noen produkter.

E. Ingen påstander om støtte. Distributører må ikke antyde at promotering, drift eller organisering av selskapet er godkjent, anerkjent eller støttet av noen offentlige myndigheter. Distributører må ikke påstå eller antyde at noen produkter er godkjent av noe statlig organ.

F. Forbud mot inntektspåstander. Det er forbudt for distributører å gi falske, misledende eller ikke representative krav vedrørende inntjeningspotensiale. Hvis en distributør fremmer et inntektskrav, må det være basert på faktisk inntjening og selskapets gjeldende årlige gjennomsnitt for inntjeningsavregning, offentliggjort på MYXANGO Office Website, presentert i samsvar med inntektskravet.

## G. Bruk av varemerker og opphavsrett

1. Selskapet kan lisensiere bruken av sine varemerker til distributører i henhold til de begrensningene som er gjengitt her, og begrensningene i eventuelle lisensavtaler. En lisensavtale fås hos selskapets Distributor Education and Conduct Department (avdeling for distributør opplæring og god fremtreden).
  2. Distributører skal ikke bruke noen av selskapets nåværende varemerker, eller varemerker som erverves på et senere tidspunkt, eller merker som kan forveksles med selskapets varemerker, på en måte som kan skape forvirring, feiltolkninger eller villedning med hensyn til produktene eller tjenestene som annonseres.
  3. Unntatt som definert i dette dokumentet, skal distributører ikke bruke selskapets varemerker eller andre lignende varemerker som kan forveksles med dets varemerker (f.eks. Zango, XNGO, Xan2go, Xang osv.) i firmanavn, e-postadresser, Internett-domene- eller underdomenenavn, URL, telefonnumre eller andre typer adresser eller titler. En distributør kan bruke selskapets varemerker, unntatt merkene som er assosiert med ordet "XanGo", i en URL, internettdomene eller underdomenenavn, gitt at distributøren har inngått en lisensavtale for en nettside lisensiert fra selskapet. Distributøren aksepterer å etterleve betingelsene i en slik lisensavtale og anerkjenner herved at selskapet eier, og skal fortsette å eie alle rettigheter til selskapets varemerker i en slik URL, internettdomener eller underdomenenavn, og at selskapet har rett til å trekke tilbake tillatelsen til slik bruk av selskapets varemerker av hvilken som helst grunn og til enhver tid. Distributøren aksepterer også at selskapet har rett til å overta en slik URL til enhver tid ved å betale det nominale registreringsgebyret til distributøren, og distributøren aksepterer å overføre slik URL til selskapet og sette i verk alle andre nødvendige tiltak som selskapet ønsker for å effektivere denne overføringen.
  4. Distributøren samtykker i umiddelbart å overdra til selskapet eventuell registrering av selskapets navn, varemerker, varenavn eller navn på Internett-domener som eventuelt er registrert eller reservert ved brudd på dette punktet. Bestemmelsene i dette punktet skal fortsatt være i kraft etter at kontrakten har gått ut.
  5. Distributører må ikke bruke selskapets varemerker på salgsverktøy som ikke er godkjent.
  6. Selskapet forbeholder seg retten til å etter eget skjønn avgjøre om en variant av varemerket er egnet til forveksling.
  7. Distributører skal ikke bruke selskapets varemerker i land der bruk av slike merker er forbudt.
  8. Distributører må ikke bruke selskapets navn, logoer, varemerker eller andre referanser til selskapets virksomhet eller produsentpartnere i salgsverktøy, korrespondanse eller i noen form for reklame.
  9. Selskapets litteratur og medier er opphavsrettsbeskyttet av selskapet, og må ikke mangfoldiggjøres.
- H. Bruk av "selvstendig distributør" i reklame. Hvis en distributør velger en virksomhetstittel, må det gå klart fram av tittelen at distributøren er en "selvstendig distributør for XanGo". Slike distributørtitler må ikke antyde at distributøren er agent for eller ansatt i selskapet. Hver gang selskapets logo eller navn brukes skriftlig og i tilknytning til distributøren, må distributøren tydelig fremstå som "selvstendig distributør for XanGo"

- I. Annonsering. Distributører kan annonsere på følgende måter:

1. Aviser: Distributører kan plassere generelle rubrikkannonser om forretningsmuligheten i lokale aviser på betingelse av at annonsen er i overensstemmelse med alle gjeldende lover og forskrifter.

2. Telefonkatalogen: Distributører kan føre opp sitt eget navn i den vanlige telefonkatalogen eller på telefonkatalogens gule sider, etterfulgt av "selvstendig distributør for XanGo". Grafiske annonser og annonser med iøynefallende layout i telefonkataloger er forbudt.

3. Annonsering i form av elektronisk post: Alle annonser som sendes ut via e-post, telefon eller faks, må være i overensstemmelse med all relevant lovgivning med hensyn til "spam" (søppelpost) i den delstaten eller det landet der mottakeren bor. Distributører må gjøre seg kjent med, og rette seg etter, all lovgivning vedrørende uoppfordret, kommersiell e-post.

4. Tv og radio: Ved tv- og radioannonsering må distributøren på forhånd innhente skriftlig samtykke fra selskapets salgs- og PR-avdeling og juridiske avdeling. Forespørsler skal sendes via selskapets Distributor Education and Conduct Department (avdeling for distributør opplæring og god fremtreden).

5. Støtte fra kjente personer: En distributør kan bruke en støtteuttalelse fra en kjent person etter skriftlig godkjenning fra selskapet, og den spesifikke, skriftlige forhåndsgodkjenningen fra den kjente personen hver gang hans/hennes navn brukes.

6. Markeder, byttepartyer osv.: Distributører kan ikke selge eller promotere produkter på basarer, loppemarkeder, markeder, byttepartyer eller lignende samlinger. Distributører kan promotere og selge produkter på salgsmesser, med unntak av messer hvor selskapet annonserer på sine nettsider ([www.xango.net](http://www.xango.net)) at det skal være eneste utstillere.

7. Annonsering på Internett. I henhold til betingelsene i kapittel K.7 heri, kan distributører kun bruke en nettside autorisert av selskapet for å promotere produkter eller forretningsmuligheter over Internett. Promotering av produkter eller forretningsmuligheter via en nettside som ikke er autorisert av selskapet er strengt forbudt. Distributører som ønsker å drive en nettside autorisert av selskapet må møte følgende kriterier:

Distributører kan promotere forretningsmuligheter og produkter sosiale nettverkssider slik som Facebook og Twitter, videosider som YouTube og Google Video, og bloggesider som Wordpress og Blogger (nettsider for felles sosial media), uten å samsvare med avsnittene K.1 til og med K.6 under forutsetning av at følgende betingelser imøtekommes:

All posting av tekst, audio og video ikke inneholder krav om produktinntjening. Når det gjelder produktinformasjon kan distributører referere til sitt myxango nettsted, selskapets nettsted eller et nettsted autorisert av selskapet.

Videoer som postes på nettsider for felles sosial media viser teksten "XanGo selvstendig distributør" for hele videoen:

Komplettering med selskapets nettsted for treningskurs og

Selskapet kan overvåke nettsider for felles sosiale media for samsvar med kontrakten og distributører samtykker i øyeblikkelig fjerning eller modifisering på nettsider for felles sosiale media på selskapets forlangende om å rette seg etter kontrakten.

J. Markedsføring på arrangementer sponset av selskapet: På arrangementer sponset av selskapet kan distributører ikke, med mindre spesifikk skriftlig tillatelse er gitt av selskapet, annonsere, selge eller markedsføre produkter eller tjenester som ikke tilbys av selskapet, Inkludert, men ikke begrenset til: (i) markedsføring av arrangementer som ikke tilbys av

selskapet, (ii) organiserte person til person-avtaler, og (iii) utdeling av brosjyrer, DVDer eller andre materialer, eller (iv) bruk av noen annen form for markedsføring selskapet finner upassende.

K. Internett-annonsering: Distributører kan bare bruke selskapets lisensierte nettsted for å promotere produkter eller forretningsmuligheten over Internett. Det er strengt forbudt å promotere produkter eller forretningsmuligheten på ulisensierte nettsider. Distributører som ønsker å drive selskapets lisensierte nettsider, må oppfylle følgende kriterier: :

1. Distributører kan ikke inngå en avtale om nettsidelisensiering før han/hun har fullført et av selskapets kurs for drift av nettsider.
2. Alle lisensierte nettsider blir ilagt et engangsgebyr for oppstart pluss årlige vedlikeholdsgebyrer, uansett hvilken dato nettsidene ble opprettet. Gebyrene er beskrevet i lisensavtalen for Internett, som er tilgjengelig på forespørsel. Disse gebyrene er nødvendige for at selskapet skal kunne gi opplæring og skaffe personale til å overvåke distributørenes nettsider, for å kunne sikre at disse reglene og retningslinjene overholdes.
3. Alle lisensierte nettsider må først gjennomgås og godkjennes som salgsverktøy av selskapet, i samsvar med punkt 7 B. Lisensierte nettsider må være spesifikke for selskapet, og må ikke annonsere eller promotere andre produkter eller forretningsmuligheter eller inneholde lenker til andre produkter eller forretningsmuligheter. Imidlertid må alle slike nettsider og eventuelle endringer i dem først gjennomgås og godkjennes som salgsverktøy av selskapet, i samsvar med punkt 7 B. Hvis nettsidene godkjennes, må distributøren inngå en lisensavtale med selskapet, og nettsidene må vise selskapets eget merke for lisensiering ("licensed"). Endringer som foretas på nettsidene etter den første lisensen, må ha skriftlig godkjenning fra en representant fra selskapets Distributor Education & Conduct Department (avdelingen for distributør opplæring og god fremtreden).
4. Distributører må ikke bruke nøkkelord eller metatagger for å annonsere lisensierte nettsider på Internett, hvis søkeordene eller metataggene uttrykkelig eller underforstått presenterer ulovlige eller udokumenterte påstander om helse eller inntekt.
5. Distributører må innhente skriftlig godkjenning fra selskapet før aktivering av eventuelle sponsede lenker på søkemotorer på Internett for å dirigere Internett-trafikk til en godkjent nettside som er lisensiert av selskapet.
6. Selskapet kan trekke tilbake lisensen for eventuelle tidligere godkjente nettsider når som helst og uansett grunn, for eksempel på grunn av endringer i nasjonale og lokale lover og forskrifter.

L. Markedsføring og salg av produkter på Internett. Distributøren anerkjenner og aksepterer at all markedsføring og salg av produkter på Internett kun kan gjøres gjennom en nettside lisensiert av selskapet, og at annonsert pris og salgspris på alle produkter på slik side (i) hvis de selges til en søker, må ikke være lavere enn engrosprisen på produktene pluss rimelige portoutgifter, og beløpet selskapet fakturerer for tollutgifter, ekspedisjon, og søkeren må også belastes med distributørens kit-utgifter: og (ii) hvis det selges til en ikke-søker (f.eks. kunde etc.) må det ikke være lavere enn selskapets forslag til kundesalgspris pluss rimelige portoutgifter, og beløpet selskapet fakturerer for tollutgifter og ekspedisjon av produktene. I forbindelse med denne seksjonen aksepterer distributøren også at all markedsføring med tanke på produktenes pris skal være riktig, og skal ikke inneholde misledende uttalelser (f.eks. "laveste pris du kan få", noe som impliserer at distributøren kan selge produktet til en lavere pris enn andre distributører el.l.) Distributører aksepterer at han/hun ikke skal markedsføre eller selge noen produkter på Internett som ble kjøpt fra en annen distributør. Alle brudd på disse punktene utgjør kontraktsbrudd og er underlagt dette.

M. Massekommunikasjon. Til formål for disse punktene defineres "massekommunikasjon" som kommunikasjonsmetoder med formål å nå ut til mer enn femti (50) eller flere distributører i senderens downline-organisasjon, eller id et minste tre distributører som er krysslinje, innen en periode på syv (7) dager. De følgende reglene gjelder all massekommunikasjon som sendes ut av en distributør:

1. De som skal motta massekommunikasjonen må vitende ha akseptert å få høre eller motta massekommunikasjonen:

a. Ved registrering (hvis massekommunikasjonen mottas på et arrangement eller webinar), og/eller

b. Gjennom en bekreftet forespørsel hvis massekommunikasjonen leveres via e-post eller en nettside.

2. Hvis den leveres via e-post må det finnes en mulighet for å avbestille massekommunikasjonen som er godt synlig i meldingen.

3. Massekommunikasjonen må utarbeides i henhold til betingelsene i disse punktene.

4. Følgende ansvarsfraskrivelse skal være godt synlig i all massekommunikasjon som markedsfører alle slags oppbyggingsmetoder:

Det finnes mange metoder og teknikker for å bygge opp din XanGo-virksomhet. Oppbyggingsmetoden som markedsføres [i/på] denne [nettsiden/webinaret/e-posten/ møtet] kan skille seg fra den metoden du har lært fra din upline. Ta kontakt med din upline hvis de har lært deg en annen oppbyggingsmetode eller hvis du har spørsmål.

5. Distributører anerkjenner at ved å tillate distributøren å opprette databaser med distributørinformasjon for massekommunikasjon, salg av verktøy, og for alle andre formål, utgjør bruk av selskapets konfidensielle informasjon, som er selskapets forretningshemmeligheter, og slik bruk kan utgjøre en betydelig økonomisk fordel for distributøren. Distributører anerkjenner at han/hun er underlagt betingelsene for verving på tvers av selskaper som beskrevet i punkt 2.K ovenfor. Dette punktet gjelder også etter at kontrakten er sagt opp.

N. Ledende distributører. Selskapet får ofte forespørsler om produktene fra personer utenfor selskapets nettverk. Hvis selskapet kan fastslå at personen som spør har fått informasjonen fra en bestemt distributør, eller at personen kjenner en bestemt distributør, vil vi gjøre alt vi kan for å henvise denne personen til den aktuelle distributøren. Hvis en forbindelse til en bestemt distributør ikke kan fastslås, blir personen tilfeldig plassert under en eksisterende Premier-distributør. Selskapet forbeholder seg retten til å ta den endelige avgjørelsen vedrørende plassering av ledere.

O. PR-saker. Selskapet oppmuntrer distributører til å bruke personlig mediedekning til å utvide og bygge virksomheten deres: Enkelte situasjoner krever imidlertid at distributøren kontakter selskapets PR-avdeling. Dette inkluderer:

1. hendelser hvor historien eller mediet har nasjonalt potensiale

2. tilfeller hvor historien krever et bredere selskaps-/produktperspektiv

3. når distributøren spørres om selskapets salgstill og/eller forretningsstrategier

P. Detaljhandel: Unntatt som beskrevet i dette dokumentet har distributører ikke anledning til å selge produkter eller markedsføre forretningsmuligheter gjennom detaljhandler. En distributør har heller ikke anledning til å selge produkter til personer som distributøren er klar over, eller har grunn til å mistenke at, sannsynligvis vil videreselge disse produktene i detaljhandel. Det er akseptabelt å vise uavhengig distributørinformasjon i detaljhandellokaler hvis det ellers er i samsvar med alle relevante markedsføringsregler under dette punktet, og med det følgende:

1. Det kan vises ett av hvert produkt per detaljhandel og/eller flere bilder av slike produkter i en utstilling som kun brukes i markedsføringsøyemed.

2. Ingen produkter, inkludert utstillingen, skal selges i detaljhandellokalet.

3. Ingen detaljhandel skal stille ut eller annonsere selskapets produkt(er) eller forretningsmuligheter på en måte som er synlig fra utsiden av handelen.

4. Selskapets ansvarsfraskrivelse må være godt synlig nær de utstilte produktene. Fraskrivelsen må ikke endres i størrelse, farge, innhold, etc. Fraskrivelsen kan lastes ned fra selskapets nettsider og skal inneholde følgende:

Takk for interessen. Som et direktesalgforetak blir XanGo® produkter kun distribuert og solgt av uavhengige distributører, og ikke i detaljhandel. Kontakt (distributørens navn) på (distributørens kontaktinformasjon) for å få kjøpt XanGo-produkter.”

5. Dersom detaljhandelen er en restaurant, kafé, juicebar eller lignende, kan produkter kun selges i prøvemengder (i glass el.l.) og distributøren må tilby løpende støtte til etablissementet.

Q. Servicebedrifter: En distributør kan drive distributørvirksomhet via et servicerelatert foretak. Gitt at ingen produktbannere eller andre salgsværktøy vises offentlig på en slik måte at det vil kunne tiltrekke kunder til denne servicerelaterte bedriften. Selskapet har full rett til å definere om en bedrift kan regnes som en servicerelatert bedrift og et passende sted å selge produkter.

## Punkt 8 Kontraktbrudd og brudd på regler og retningslinjer

A. Betingede forpliktelser. Selskapets forpliktelser overfor distributøren avhenger av at distributøren lojalt oppfyller alle kontraktvilkårene. Selskapet forbeholder seg retten til selv å avgjøre hvorvidt en distributør har brutt kontrakten, og kan velge hvilket som helst eller alle tilgjengelige rettsmidler.

B. Sanksjoner. Ved eventuelt kontraktbrudd kan selskapet velge å ikke foreta seg noe, eller bruke noen eller alle kontraktfestede og lovfestede sanksjonsmidler, inkludert, men ikke begrenset til:

1. underrette distributøren om kontraktsbruddet skriftlig eller muntlig, og oversende en kunngjøring for å rette opp bruddet

2. kreve forsikring fra distributøren om at han eller hun i fremtiden vil overholde kontrakten

3. holde tilbake eller avstå fra å utdele anerkjennelse og belønninger

4. vurdere skadeerstatning og trekke eventuelle erstatningsbeløp fra provisjonsutbetalinger

5. distributørens rettigheter midlertidig eller permanent

6. kreve erstatning

7. heve kontrakten, og

8. kreve erstatning for skader og relaterte utgifter.

C. Rapportering av kontraktsbrudd. Hvis en distributør oppdager, eller vet om at en annen distributør bryter noen av vilkårene i kontrakten, må denne distributøren sende en skriftlig klage til selskapets Distributor Education & Conduct Department (avdelingen for distributør opplæring og god fremtreden) på gjeldende skjema som er tilgjengelig i denne avdelingen. På grunn av problemene med å etterforske og vurdere skadeerstatning for foreldede krav, må eventuelle klager vedrørende andre typer kontraktbrudd enn verving på tvers av selskaper, meldes fra til selskapet for vurdering innen atten (18) måneder etter starten på det angivelige bruddet. Verving på tvers av selskaper må meldes fra til selskapet innen seks (6) måneder etter det angivelige kontraktsbruddet. Dersom kontraktsbrudd ikke rapporteres innen denne tidsperioden, vil ikke selskapet undersøke påstandene for å hindre at distributørvirksomheten kan bli oppløst, siden kravene vil være foreldet. Denne bestemmelsen opphever imidlertid ikke selskapets rett til å undersøke og disiplinere distributører som blir funnet skyldig i foreldede krav.

D. Omgåelse av kontrakten. Kontrakten er utformet for å beskytte distributører mot alvorlige konsekvenser ved kontraktsbrudd. Distributører som med vitende og vilje søker å omgå kontrakten for å indirekte oppnå det som er forbudt i kontrakten vil bli disiplinerte som om den gjeldende regelen hadde blitt brutt direkte. I slike omstendigheter er alle sanksjoner som nevnt ovenfor tilgjengelige for selskapets bruk. Kontrakten er ikke laget for å gi distributører rett til å håndheve kontrakten overfor andre distributører eller for at en skal gå til direkte søksmål mot en annen distributør.

## Punkt 9 Heving av avtalen

### A. Heving

1. Distributører kan heve kontrakten ved å unnlate å fornye distributøravtalen på årsdagen for godkjenning av den, eller ved å sende selskapet en anmodning om at avtalen blir hevet i henhold til punkt 9.E i dette dokumentet.

2. Selskapet kan heve kontrakten dersom distributøren bryter betingelsene i kontrakten eller i tilleggene til denne.

3. Ved heving kan selskapet, etter eget forgodtbefinnende, holde tilbake distributørenheten og fjerne den fra sponsor- og plasseringstreene.

B. Retur av konfidensiell informasjon. Hvis kontrakten heves, eller hvis selskapet krever det, må distributøren returnere all konfidensiell informasjon inkludert all informasjon utledet av denne, som han eller hun har direkte eller indirekte kontroll over, til selskapet. Hvis slik informasjon ikke kan returneres fordi den foreligger i elektronisk format, skal distributøren permanent slette og fjerne den konfidensielle informasjonen når kontrakten går ut, eller på forespørsel.

C. Tilbakekjøp: Hvis en distributør har brutt kontrakten, forbeholder selskapet seg retten til å stanse eller forsinke tilbakekjøpsprosessen i henhold til punkt 6.L i dette dokumentet.

D. Konsekvenser av heving ved kontraktbrudd.

1. En distributør som har fått sin kontrakt hevet av selskapet, må vente ett (1) år før han/hun kan søke om å få tildelt en ny distributørenhet. I løpet av denne tiden kan ikke distributøren ha

noen eierinteresser i noen annen distributørenhet. Før distributøren søker, må han eller hun sende en skriftlig forespørsel til selskapet gjennom Distributor Education and Conduct Department (avdeling for distributørutdannelse og god fremtreden). Forespørselen skal inneholde en signert og notarbekreftet erklæring, der distributøren bekrefter at han eller hun ikke har hatt noen eierinteresser i noen distributørenhet i løpet av det siste året.

2. Ved heving av kontrakten blir alle distributørens rettigheter i og til distributørenheten og distributørvirksomheten tilbakekalt og opphører. Som anerkjennelse av skadene selskapet mest sannsynlig er pådratt på grunn av distributørens kontraktsbrudd, inkludert men ikke begrenset til følgende: (i) tap av pålitelighet og tap av verdi på selskapets konfidensielle og rettmessige informasjon og forretningshemmeligheter, (ii) tap av en del av verdien på selskapets forretningsdrift, og (iii) tap av fremtidig inntekt, aksepterer distributøren at alle ubetalte provisjoner kan holdes tilbake av selskapet for å erstatte en del av skadene.

3. Bedriften kan velge å reorganisere downline-organisasjonen fra en distributørenhet som ble hevet for kontraktsbrudd på en slik måte at det tjener selskapets, downline-organisasjonens og uplines beste interesser.

4. Hvis selskapet velger å oppheve en distributørenhet som har mer enn én eierinteressent, kan følgende gjøres gjeldende:

a. innehavere av eierinteresser som vil trekke seg, må frasi seg alle rettigheter til, og all økonomisk interesse i distributørenheten

b. selskapet kan ikke dele opp eller omstrukturere Downline-organisasjonen

c. og selskapet kan ikke fordele provisjonene mellom distributørenhetens tidligere eller nåværende innehavere av eierinteresser.

E. Konsekvenser av at distributøren frivillig hever kontrakten.

1. Distributører som har overholdt alle kontraktsvilkårene, kan når som helst, og uansett grunn, heve kontrakten ved å sende skriftlig oppsigelse til selskapet. Oppsigelsen må være signert av alle juridiske personer som er oppført i distributøravtalen. Hevingen av kontrakten gjelder fra den datoen da selskapet mottar den skriftlige oppsigelsen, selv om behandlingen av oppsigelsen kan bli forsinket til neste måned hvis det finnes eksisterende volum i distributørenheten. Hvis en distributør er skyldig i kontraktsbrudd kan ikke han/hun frivillig eller ensidig heve kontrakten før det lengste av (i) siste dag av perioden som tilsvarende tiden denne distributøren har misligholdt kontrakten før selskapet ble klar over dette, men ikke overstigende ett (1) år. I dette tilfellet kan selskapet velge sanksjoner for kontraktsbrudd i henhold til punkt 8, og distributøren skal ikke ha krav på å få noen provisjon i løpet av denne perioden, slik det er definert av selskapet etter eget for godtbefinnende.

2. Ved heving av kontrakten blir alle distributørens rettigheter i og til distributørenheten inndratt, og alle rettigheter til distributørvirksomheten tilbakekalles og opphører.

3. En distributør som hever kontrakten frivillig, kan søke på nytt om en ny distributørenhet under en ny sponsor tidligst seks (6) måneder etter datoen da selskapet mottok den skriftlige oppsigelsen. I løpet av denne perioden på seks (6) måneder kan ikke distributøren som sluttet frivillig, delta i noen distributørvirksomhet eller ha eierinteresse i noen distributørvirksomhet.

Ben

Andelen i en sponsors downline-organisasjon som begynner med en frontline-distributør og strekker seg hele veien nedover gjennom sponsortreet.

Grad

Gjeldende kvalifiseringsnivå for utbetaling til distributørenheten i henhold til salgs- og kompensasjonsplanen. Distributørens grad, som påvirker

Nettsider for sosiale media	distributørens provisjon kalkulert fra sponsortreet (som beskrevet i salgs- og godtgjøringsplanen), kan varierer månedlig og avhenger av om distributøren møter mange kvalifiseringer skissert i salgs- og godtgjøringsplanen. Grad kan også påvirkes av Title Compression (som beskrevet i salgs- og kompensasjonsplanen). Sidene som beskrevet i avsnitt 7.K.7 i retningslinjer og prosedyrer.
Title Compression	En prosess brukt for å fastlegge graden av en berettiget sponsor (som beskrevet nedenfor). Denne prosessen vender seg mot den ene høyest graderte distributørenheten i hvert ben av berettiget sponsors downlineorganisasjon og, kun for å fastlegge graden av den berettigede sponsoren, flytter den distributørenhetens frontline til berettiget sponsor. Flyttingen eller sammenslåingen anses å tilfredsstillende berettiget sponsors relevante personlige sponsors kvalifikasjonskrav under salgs- og kompensasjonsplanen. "Berettiget sponsor" betyr en distributør med en tittel på minst 100K som har en frontline-distributør som har avansert i grad til 1K eller høyere under gjeldende eller forrige UniLevel provisjonsperiode.
Førstegangsbestilling	En distributørs første betalte produktbestilling med CV, sendt til en enkel adresse. Hvis den er plassert og betalt innen tretti (30) dager fra innmeldingsdato, vil ordrens CV bli betalt som PowerStart-provisjon.

4.En distributør kan ikke si opp kontrakten frivillig hvis ikke distributørenheten er à jour på alle områder i forhold til selskapet, som kan bevises med, men ikke er begrenset til, følgende forhold: (i) en midlertidig distributørenhet, (ii) en distributørenhet som er suspendert eller har prøvetid, (iii) distributørenheten er under etterforskning men ingen formelle sanksjoner har funnet sted, eller (iv) melding om heving av forholdet har blitt sendt.

F.Videreføring. Punkt 2.E, 2.F, 2.K, 2.R, 2.S, 2.T, 8, 9, og 10 videreføres og er gyldige etter at kontrakten er hevet. Heving, ugyldiggjøring eller utløp av kontrakten skal ikke fritta distributøren fra plikter som er ekspressivt uttrykt i kontrakten at skal være gyldige etter heving eller utløp av kontrakten.

#### Punkt 10 Diverse

A. Avtalen i sin helhet. Kontrakten inneholder hele avtalen som gjelder dette anliggende mellom selskapet og distributøren, og er ment som et endelig, komplett og eksklusivt uttrykk for partenes vilkår. Denne kontrakten erstatter alle tidligere forhandlinger og foreslåtte, men ikke gjennomførte avtaler, både skriftlige og muntlige. Eventuelle tidligere avtaler, løfter, forhandlinger eller fremstillinger, både skriftlige og muntlige, angående kontraktens innhold gjøres med dette ugyldige. Hvis det er uoverensstemmelser mellom verbale fremstillinger som distributøren har fått av ansatte eller agenter for selskapet, og kontraktsvilkårene, skal kontraktens uttrykkelige, skriftlige vilkår gjelde.

B. Overskrifter. Punktet og underpunktet overskrifter i kontrakten, er kun tatt med or praktiske referanseformål, og skal ikke tas med i konstruksjonen eller tolkning av disse delene. Med mindre konteksten krever det spesifikt refererer alle referanser til deler av kontrakten, til alle underdelene av denne.

C. Endringer fra selskapet. Selskapet forbeholder seg retten til å foreta endringer i kontrakten, på betingelse av at selskapet informerer distributøren om endringene minst tretti (30) dager før endringene trer i kraft. Selskapet kan informere om slike endringer ved å publisere deler av den

endrede kontrakten på selskapets nettsider [www.xango.com](http://www.xango.com), eller med andre kommunikasjonsformer. Distributøren anses å ha godtatt endringene i kontrakten hvis distributøren driver en distributørvirksomhet, fornyer distributørenheten eller mottar provisjoner etter utløpet av perioden på tretti (30) dager.

D. Tvetydigheter. Dersom det finnes tvetydigheter i kontrakten skal disse ikke holdes mot noen part, uansett hvilken part som kan sies å ha forfattet den tvetydige delen.

E. Garantier. Selskapet gir ingen produktgarantier, verken uttrykte eller underforståtte, utover de som er beskrevet spesielt i kontrakten. Selskapet frasier seg ansvar og utelukker alle garantier vedrørende mulig overtreddelse av eventuelle amerikanske eller utenlandske patenter, varemerker, handelsnavn, opphavsretter eller driftshemmeligheter som utgår fra distributørens virksomhet. SELSKAPET FRASKRIVER SEG HERVED ALT GARANTIANSVAR, EKSPRESSIVT ELLER IMPLISERT, INKLUDERT OG UTEN BEGRENSNING, ALLE IMPLISERTE GARANTIER PÅ SALGBARHET FOR ETHVERT FORMÅL, NØYAKTIGHET OG IKKE-BRUDD. DENNE GARANTIFRASKRIVELSE UTGJØR EN ESSENSIELL DEL AV AVTALEN.

F. Kravsfrfall. Eventuelle kravsfrfall fra selskapets side dersom en distributør bryter noen av retningslinjene i kontrakten, skal gis skriftlig, og vil ikke bli ansett som noe kravsfrfall ved eventuelle senere brudd fra distributørens side. Dersom selskapet unnlater å gjøre krav på en rettighet eller et privilegium i henhold til kontrakten, skal ikke det utgjøre noe kravsfrfall av gjeldende rettighet eller privilegium.

G. Ugyldiggjøring av kontraktspunkter. Hvis noen av vilkårene i denne kontrakten blir ugyldige, forbudt eller på annen måte gjort ugjennomførlige i en jurisdiksjon, skal de bare være ugjennomførlige for den ugyldige, forbudte eller ugjennomførlige bestemmelsen i den aktuelle jurisdiksjonen, og ingen andre vilkår i kontrakten skal gjøres ugjennomførlige eller ugyldige, og kontrakten vil heller ikke bli ugjennomførlig eller ugyldig i andre jurisdiksjoner. Dessuten vil alle deler som finnes ikke gjennomførbare kunne gjennomføres delvis så langt det lar seg gjøre i følge loven.

H. Force Majeure. Distributøren erkjenner at selskapet ikke er erstatningsansvarlig for skade eller tap som måtte oppstå på grunn av forsinket produksjon eller manglende evne til å produsere, selge eller levere produktene på grunn av streik, ulykke, brann, flom, sivil ulydighet, naturkatastrofer, terrorisme eller andre årsaker som er utenfor selskapets kontroll.

I. Lovvalg. Mekling. Injunktiv hjelp. Delstaten Utah i USA er opprinnelsesstedet for denne kontrakten. Det er her selskapet godkjente søknaden fra søkeren om å bli distributør, og det er her distributøren inngikk kontrakt med selskapet. Kontrakten skal derfor tolkes i samsvar med lovene i delstaten Utah (uten å gi effekt til noen konflikt med lov, praksis eller regel) og skal gjelde full og helt i hele delstaten. Alle konflikter eller krav som oppstår som følge av eller relatert til kontraktsbrudd, eller konflikt eller krav relatert til forretningsforholdet mellom distributører skal løses ved obligatorisk, endelig, bindende mekling, som ikke er mulig å anke, i Salt Lake City, Utah, USA. Det skal være en mekler tilstede, som skal være upartisk, uavhengig, og som begge parter aksepterer å mekle, innen syv (7) dager etter mottak av skriftlig melding om obligatorisk mekling. Hvis partene ikke kommer til enighet med en enkelt mekler etter en periode på syv (7) dager, sier partene seg enige i at meklingen skal administreres av the American Arbitration Association ("AAA") underlagt deres regler for bedriftsmekling (med det unntak at det kun skal delta en mekler), og at det skal være underlagt Utahs delstatslover, inkludert, men ikke begrenset til reglene som gjelder for oppdagelsesprosessen slik disse er nedfelt i Utah Rules of Civil Procedure (Utahs bedriftslover). Avgjørelsen som treffes av mekleren kan trekkes for retten innen alle områder hvor disse lovene gjelder, og dommen skal settes i verk i henhold til Utahs delstatslover. Partene skal dele likt de beregnede kostnadene for meklingen, inkludert alle meklergebyrer. Dersom en av partene ikke betaler sin del, og dette forhindrer rettidig oppnevning av en

mekler eller forsinket pågående mekling, kan den andre parten søke sanksjoner i henhold til Utah Uniform Arbitration Act. Utah Code, seksjon 78B-11-109, for å tvinge den ikke-betalende parten til å innfri betalingsforpliktelsene sine. Slike sanksjoner kan søkes i retten i delstaten Utah, Utah County, som er det eneste rettsområdet for slike handlinger. Alle parter aksepterer herved personlig rettsområdet og passende mulighet i disse rettssalene for slike handlinger. Dersom en svikter å betale beregnede kostnader som nevnt i disse punktene, og alle resulterende kostnader, utgifter, eller skader som er resultat av at den andre parten blir nødt til å kreve tilleggsaksjoner, skal behandles som et tilleggskrav fra skadelidende part i den underliggende meklingen. Partene, AAA og mekleren skal holde hele meklingsprosessen konfidensiell og har ikke anledning til å avsløre til noen andre personer som ikke er direkte involvert i meklingsprosessen (i) substansen i eller basisen for konflikten, disputten, eller kravet, (ii) innholdet i noe vitnemål eller annet bevismateriale som legges fram på en meklingshøring eller er innhentet ved oppdagelser i meklingen, Eller (iii) betingelser eller beløp knyttet til resultater av meklingen. AAA og mekleren skal ha myndighet til å avsi passende dom for å sikre konfidensialitet, dersom dette ikke strider mot loven. Partene sier seg enige i at før eller etter kravet om mekling er framsatt, at en part ( i tillegg til andre sanksjoner denne måtte ha og som heretter er eksklusivt reservert), har rett til å sikre sine rettigheter slik de er definert i kontrakten ved å søke interim injunktiv hjelp (et midlertidig besøkforbud, preliminaire injunksjoner og alle andre former av dette som er tilgjengelig for parten som fremmer søksmålet), uten begrensning, og at den eneste muligheten for søksmål skal være i delstatsretten i Utah County, Utah, eller etter selskapets eget forgodtbefinnende, i den føderale retten i Salt Lake City, Utah. Partene sier seg enige i at slikt søksmål som fremsettes for rette (a) ikke er en fraskrivelse av rettighetene til parten som fremmet søksmålet fra å avstå fra andre krav om mekling som er fremmet tidligere, og (b) skal ikke på noen måte ha innvirkning på rettigheten til parten som fremmer søksmålet til å kreve mekling senere, når interimhjelpen er oppnådd. Partene frasier seg eksplisitt alle klager på personlig jurisdiksjon og mulighetene til slike rettsinstanser, og til meklingen som holdes i Salt Lake City, Utah, USA.

J. Advokatkostnader. Hvis det reises sak, søksmål eller tas ut tiltale for å håndheve vilkår i denne avtalen, skal den part som gis medhold, ha rett til å få dekket et rimelig beløp i advokathonorarer, kostnader og påløpte utgifter i tillegg til eventuell annen oppreisning som parten kan ha juridisk krav på

K. Bemyndigede. Kontrakten skal være juridisk bindende for, og tre i kraft til beste for, arvinger, bemyndigede, agenter, styrere, personlige representanter, etterfølgere og utnevnte (som det måtte være gjeldende) for de respektive parter.

L. Ansvarsbegrensning. I den grad det er tillatt ved lov skal ikke selskapet, selskapets styremedlemmer, ledere, medlemmer, administrerende direktører, aksjonærer, ansatte, arvinger og agenter (under fellesbetegnelsen "ansvarlige parter") være ansvarlig for, og distributørene fritar selskapet og dets ansvarlige parter for, og frafaller alle krav, for, eventuell tap av fortjeneste, indirekte skader, direkte skader, spesielle skader eller følgeskader, eller for eventuelle andre tap som distributører måtte lide i følgende tilfeller: (i) dersom en distributør bryter kontrakten, (ii) på grunn av promoteringen eller driften av distributørenheten og distributørvirksomheten, (iii) dersom en distributør gir selskapet eller selskapets ansvarlige parter ukorrekte eller feilaktige data eller informasjon, eller (iv) dersom distributøren unnlater å gi selskapet eventuell informasjon eller data som er nødvendig for å drive virksomheten. DISTRIBUTØREN SAMTYKKER I AT SELSKAPETS OG DETS ANSVARLIGE PARTERS SAMLEDE ANSVAR FOR ETHVERT KRAV SOM EVENTUELT BLIR REIST I FORHOLD TIL KONTRAKTEN, MEN IKKE BEGRENSET TIL, EVENTUELT SAKSGRUNNLAG SOM FREMGÅR AV KONTRAKTEN, FORVOLDT SKADE ELLER BILLIGHETSRETT, IKKE SKAL OVERSKRIDE, OG SKAL VÆRE BEGRENSET TIL DEN PRODUKTMENGDEN SOM DISTRIBUTØREN HAR KJØPT FRA SELSKAPET, OG SOM ER I SALGBAR STAND.

## TILLEGG A

Følgende definerte termer gjelder i hele kontrakten, og står med kursivert skrift der de er brukt:

Søker	En juridisk person som har sendt inn en distributøravtale.
Godkjent land	Et land som selskapet offisielt har godkjent som tilgjengelig for alle distributører for å drive distributørvirksomhet.
Automatisk leveringsprogram (ADP)	Et valgfritt program som gir selskapet autorisasjon til automatisk og regelmessig å sende produkter til en distributør hver måned.
Eierinteresse	En juridisk person har eierinteresse i en distributørenhet hvis han/hun: (1) har direkte eller indirekte eierskap i en distributørenhet, som privatperson, partner, aksjonær, medlem, leder begunstiget, tillitsperson, styremedlem, direktør eller administrerende direktør i en distributørenhet; (2) har faktisk eller reell kontroll over en distributørenhet; (3) mottar inntekt direkte eller indirekte fra en distributørenhet (annet enn inntekt i henhold til godtgjøringsplanen fra en Upline-distributør); (4) mottar støtte fra en distributørenhet i kraft av familiebånd; (5) mottar støtte fra en distributørenhet i kraft av å være ektefelle; (6) tilhører husholdningen til en distributør, (7) er ektefelle eller samboer, eller (8) har andre lignende interesser i en distributørenhet.
Reelt tilbud	Et skriftlig tilbud framsatt med tilbud om å kjøpe distribusjonsenheten, fra en person som ikke er distributør, som selskapet etter eget forogtdbefinnende anser å være et legitimt tilbud.
Foretak	Alle typer foretak som er godkjent i henhold til lovene i den jurisdiksjon der foretaket er organisert. Slike omfatter, men er ikke begrenset til juridisk etablerte ansvarlige selskaper, kompaniskap, stiftelser og aksjeselskaper med begrenset ansvar.
Samboer	En person som er minst 18 år, og som har felles husvære med, og lever sammen med, en annen person som om de skulle være gift.
Provisjoner	Godtgjørelse som utbetales til en distributør ut fra volumet av produkter som er solgt av distributøren og kjøpt og/eller solgt av hans/hennes Downline-organisasjon. Hvorvidt en distributør kvalifiserer for å motta provisjoner, avgjøres ut fra de månedlige salgskravene som gjelder, som beskrevet i godtgjøringsplanen. .
Selskapet	XanGo, LLC, et aksjeselskap med begrenset ansvar som er registrert i Utah i USA, eller selskapets juridiske stedfortreder, etterfølger, datterselskap eller tilknyttet selskap, uansett geografisk beliggenhet.
Nettside lisensiert av selskapet	En nettside på Internett som er godkjent av selskapet i henhold til reglene i punkt 7.K i reglene og retningslinjene.
Godtgjøringsplan	Den spesifikke planen som selskapet bruker, og som beskriver alle kravene og fordelene i distributørenes godtgjøringsstruktur. Du finner godtgjøringsplanen i tillegg B.

Konkurrerende selskap	Et direkteselgende markedsføringsnettverk eller flernivå markedsførings selskap som selger eller distribuerer produkter innen helse, næringsmidler, eller personlig pleie i et godkjent land, som beskrevet i punkt 2.F.
Konfidensiell informasjon	Informasjon som avsløres til distributøren som følge av kontrakten eller informasjon samlet av en distributør om andre distributører, i forbindelse med deres markedsføring av produkter eller salgsmateriale, inkludert, men ikke begrenset til , informasjon om (i) Downline-organisasjoner eller Upline-distributører, deriblant distributørers navn og kontaktinformasjon. Kundeinformasjon utviklet av selskapet, eller utviklet for og på vegne av selskapet via distributørmøter, nettsider, epos tog/eller profilinnsamlingsverktøy, og alle andre elektroniske eller manuelle hjelpemidler brukt av en distributør eller hans/hennes agent for å samle, lagre, og/eller utvikle informasjon om distributører og kunder (inkludert, men ikke begrenset til kredittdata, detaljhandelskunde- og distributørprofiler, og produktkjøpsinformasjon, og (ii) kundelister, produsent- og leverandørinformasjon, forretningsrapporter, forretningsplaner, provisjoner eller salgsrapporter, prognoser, driftshemmeligheter, intellektuell eiendom, analyser og relatert informasjon, og annen finansiell informasjon som rimeligvis vil kunne forstås som å være konfidensiell og/eller gi konkurransemessig fordel. Konfidensiell informasjon kan finnes i form av dokumentasjon, tegninger, spesifikasjoner, programvare, tekniske data eller konstruksjonsdata eller i andre former, og kan overbringes muntlig, skriftlig, via elektroniske eller magnetiske medier, i form av visuelle observasjoner eller på andre måter.
Kontrakt	Dokumentene som beskriver det spesifikke forholdet mellom en distributør og selskapet består av distributøravtalen, erklæringen om eierinteresse, godtgjøringsplanen, selskapets regler og retningslinjer og eventuelle lands- eller situasjonsbestemte tillegg til eller endringer i disse, og eventuelle andre skriftlige avtaler mellom distributøren og selskapet, og som inkluderes her ved at det refereres til de aktuelle dokumentene. .
Verving på tvers av selskap	Kontraktsbrudd som beskrevet i punkt 2.K i regler og retningslinjer.
Verving på tvers av linjene	Det å indirekte eller på annen måte sponse eller oppfordre noen til å sponse en eksisterende distributør (eller noen med eierinteresse i den aktuelle distributørenhetens distributørvirksomhet). Retningslinjene for verving på tvers av linjene gjelder kun for å rekruttere eksisterende distributører, og gjelder ikke personer som ikke er distributører i selskapet. Selskapet kan ikke straffe en distributør som oppmuntrer en person som ikke tidligere har vært distributør, men som har vært kontaktet av en annen distributør. Som ved all forretningsvirksomhet tar distributører som investerer tid og penger i en person, en risiko at personen kan velge å sponses av en annen.
Kunde	En person som ikke er distributør, og som kjøper produkter til foreslått utsalgspris.
Signaturdato	Den datoen da selskapet mottar og godkjenner en søkers distributøravtale, som skal ha en original signatur eller en elektronisk kopi av en original signatur.
Distributør	En juridisk person som er autorisert fra selskapet til å drive en

distributørenhet. Hvis flere enn én juridisk person er navngitt i distributøravtalen, kan "distributør" henvise til alle de juridiske personene kollektivt. .

Distributøravtale	Avtalen som en søker sender for å bli distributør. Ved å signere distributøravtalen bekrefter søkeren at han/hun har lest, og vil rette seg etter, vilkårene i kontrakten.
Distributørvirksomhet	Aktiviteter som bestemmes etter selskapets egen vurdering, for å promotere selskapets produkter eller forretningsmulighet. Slike aktiviteter kan inkludere, men er ikke begrenset til: signere en distributøravtale, annonsere, selge eller stille ut produkter; arrangere, lede eller tale på møter eller arrangementer (uansett om de arrangeres av selskapet eller av en distributør), kjøpe produkter til engrospris, bytte eller returnere produkter, delta i godtgjøringsplanen, motta periodisk litteratur fra selskapet og annen kommunikasjon, delta på selskapssponsede kurs i støtte og service, motivasjons- og anerkjennelsesarrangementer, og/eller sponse nye distributører og/eller selger salgsverktøy, nettsider, etc. til distributører.
Distributørrettigheter	Distributørens rettigheter som definert i kontrakten, til å drive distributørvirksomheten.
Distributørenhet	En definert posisjon innenfor selskapets nettverk av distributører som kontrakten gjelder for.
Downline-organisasjon	En organisasjon med familietregstruktur, som består av distributører som har blitt personlig sponset (i) av en distributør og er i et Downline-forhold til denne distributøren gjennom plassering eller sponsing, eller (ii) av personer som distributøren har sponset eller plassert, og deres respektive kunder, der alle står i en direkte linje av distributørenheter under distributøren.
Autogiro (EFT)	En valgfri avtale som gir selskapet fullmakt til å debitere en distributørkonto elektronisk for beløpet på en bestilling og fornyelsesgebyret.
Første produktkjøp	Distributørens første kjøp av ett av to individuelle produktenheter som tilbys av selskapet, (f.eks. XanGo® Juice, Glimpse™ skin care line, XanGo 3SIXTY5™ Supplement, etc.)
Frontline	Distributørene som befinner seg på første nivå i den umiddelbare Downline-organisasjonen til en bestemt distributør, gjennom sponsing. Den kan ha fremkommet ved sponsorkompresjon. Kundenes provisjonsvolum behandles som om de var Frontline ved beregning av UniLevelprovisjoner. (Se godtgjøringsplanen for definisjon av disse begrepene).
Personnummer	Et nummer som den norske staten gir spesifikt til hver nordmann. Her er noen eksempler på andre typer ID-numre i andre land: trygdenummer (social security number) for personer i USA, trygdenummer (social insurance number) for personer i Canada, organisasjonsnummer (employment identification number) for amerikanske selskaper, ID-kortnummer (Identity Card number) eller NRIC-nummer for personer i Singapore, og ID-kortnummer (ID Card number) for personer i Taiwan.
Juridisk person	En enkeltperson, et foretak eller en annen enhet med en utvetydig, separat eksistens, og denne enhetens etterfølgere, arvinger og bemyndigede.

Plassering	Brukt som substantiv: en distributør som direkte har vervet en annen distributør inn i sitt plasseringstre. Brukt som verb en sponsor plasserer en distributør i sin egen Downlineorganisasjon.
Regler og retningslinjer	Selskapets regler og retningslinjer som er beskrevet i dette dokumentet, og som kan bli endret fra tid til annen av selskapet.
Førlanseringsperiode	En tidsperiode som er kunngjort av selskapet før et land blir godkjent, og i løpet av denne perioden kan distributører starte distributørvirksomhet i det aktuelle landet.
Produkt	Alle varer eller tjenester som har et definert volum, og som selskapet tilbyr. Salgsverktøy og reklamemateriell omfattes ikke av denne definisjonen.
Kvalifisert direkte Upline	I forbindelse med rettighetene til den første returen, en distributørs direkte sponsor som ikke står i kontraktsbrudd og som for minst en måned siden kvalifiserte seg til inntekter i følge godtgjørelsesplanen.
Grad	En distributørenhets aktuelle, kvalifiserte nivå for utbetalinger i henhold til godtgjøringsplanen. En distributørs grad som vil påvirke distributørens provisjoner beregnet fra ut fra sponsortreet. Den kan variere fra måned til måned, og avhenger av at distributøren oppfyller bestemte kvalifikasjoner som er beskrevet i godtgjøringsplanen.
Verving	Faktisk eller forsøk på innlemming, oppfordring til å la seg verve, eller innsats for å overbevise eller påvirke direkte, indirekte eller via tredjepart (inkludert, men ikke begrenset til bruk av nettside), en annen distributør til å selge eller kjøpe produkter eller tjenester og/eller til å innlemme eller opptre som en uavhengig distributør, ansatt, leder eller konsulent til eller på vegne av et annen direkte selgende markedsføringsnettverk eller flernivå markedsføringsselskap som er i drift, driver forretninger eller har distributører i et godkjent land. Dette utgjør verving selv om distributørens handlinger kommer som respons på forespørsel eller kommunikasjon som en annen distributør tok initiativ til.
Utsalgssted	Alle foretak med en fysisk beliggenhet, som ikke er serviceetablissemeter. Eksempler omfatter, men er ikke begrenset til, massemarkeds- og spesialbutikker. For definisjonsformål: Et utsalgssted inkluderer ikke Internett når en distributør driver i samsvar med relevante punkter i reglene og retningslinjene med tanke på autorisert nettsalg og markedsføring.
Kundesalg	Det produktsalget en distributør foretar til sine kunder.
Rett til første retur "RFR"	Rettighetene som beskrevet i punkt 4.F i regler og retningslinjer.
Salgsverktøy	Informasjon, materiell eller produkter som distributøren har utarbeidet for distributørvirksomheten. .
Foreslått kundesalg	Prisen selskapet foreslår at distributører tar når de selger produkter til kunder. Den foreslåtte prisen er lagt ut på selskapets nettside.
Serviceetablisement	Virksomheter der publikum generelt sett ikke har adgang, unntatt gjennom avtale eller medlemskap, og/eller der virksomhetens primære funksjon er å levere profesjonelle tjenester i stedet for å selge varer. Eksempler omfatter,

men er ikke begrenset til, private kontorer, salonger, og private virksomheter, spa, treningsstudioer, helseklubber, eller private foreninger som kan selge enkelte produkter, men hvor primærfunksjonen er å tilby en tjeneste.

Sponsor	Brukt som substantiv: en distributør som direkte har vervet en annen distributør inn i sin Downline-organisasjon. Brukt som verb (sponse): det å direkte verve en annen distributør inn i sin Downline-organisasjon.
Erklæring om eierinteresse	Et dokument som er påkrevd som en del av kontrakten hvis søkeren søker som et foretak. Erklæringen om eierinteresse må inneholde navnene på alle personer som er partnere, aksjonærer, bestyrere, medlemmer, ledere, styremedlemmer, direktører, tillitspersoner, begunstigede, eller personer som på en annen måte har direkte eller indirekte eierinteresse i, eller kontroll over, foretaket.
Tittel	Den høyeste graden en distributør noensinne har oppnådd, og som brukes når det gis anerkjennelser.
Upline	Et hierarki med én linje for sponsorer og/eller distributører som er direkte oppadstigende fra en distributørenhet.
Volum	En verdi som er satt på et produkt for utregning av provisjoner.
Engrospris	Den prisen som selskapet belaster distributøren for produkter.

## TILLEGG B

### Godtgjøringsplan

#### Innholdsfortegnelse

Punkt 1 – Utbetaling av provisjoner .....	38
Punkt 2 – Distributørgrader .....	38
Punkt 3 – PowerStart-provisjoner .....	39
Punkt 4 – UniLevel-provisjoner .....	41
Punkt 5 – Globale bonuspottprovisjoner .....	42
Punkt 6 – Provisjoner fra 500 000-bonuspotten .....	43
Punkt 7 – Provisjoner på kundesalg .....	43
Punkt 8 – Incentivreiser og belønninger .....	44
Punkt 9 – Definisjoner .....	44

Godtgjøringsplanen er en metode som gir distributører godtgjørelse for kundesalg og personlig kjøp av produkter, i tillegg til kundesalg og personlig kjøp av produkter i distributørens Downline-organisasjon. Godtgjøringsplanen gir også godtgjørelse for støtte og opplæring som de gir distributører i sin Downline-organisasjon. Godtgjøringsplanen utgjør en del av kontrakten mellom selskapet og distributørene. Noen definerte begreper i dette dokumentet er skrevet med kursiv skrift. Disse begrepene og deres definisjoner er beskrevet på slutten av dokumentet, i teksten i dette dokumentet, eller i selskapets regler og retningslinjer, som inkluderes her ved at de refereres til.

## Punkt 1 Utbetaling av provisjoner

A. Selskapet utbetaler ulike typer provisjoner for salg av produkter. Provisjoner beregnes ut fra det provisjonsvolumet (CV) i enten sponsortreet eller plasseringstreet som ligger i en produktbestilling, en distributørs personlige volum (PV), en distributørs gruppevolum (GV), og andre kvalifiseringer som er beskrevet her.

B. Dersom provisjonsberettiget salg finner sted der hvor produkter leveres for distribusjon innen USA, er provisjoner på slikt salg i henhold til denne godtgjøringsplanen selskapets juridiske ansvar, og vil bli utbetalt av selskapet. I den utstrekning at provisjonsberettiget salg finner sted der hvor produktet leveres for distribusjon utenfor USA, har XanGo DISC, Inc. det juridiske ansvaret og ansvar for utbetaling av provisjoner i henhold til denne godtgjøringsplanen. Av praktiske hensyn kan allikevel provisjoner som utbetales i samsvar med godtgjøringsplanen utstedes på én enkelt sjekk eller lignende betalingsmåte eller transaksjon, og for å forenkle det hele for distributøren vil slike provisjonsutbetalinger omfatte provisjoner for salg både innenfor og utenfor USA.

C. Selskapet kan trekke fra nødvendige administrasjons-, behandlings- eller bankgebyrer fra en distributørs provisjoner, som beskrevet i selskapets regler og retningslinjer.

## Punkt 2 Distributørgrader

A. Distributører kan kvalifisere for ulike grader ved å oppfylle bestemte krav, deriblant månedlig PV og månedlig GV som genereres i plasseringstreet, månedlig leveringsprogram (ADP) og samlede sponsorkrav. De enkelte distributørgradene og kravene som må oppfylles for hver av dem i kvalifiseringsmåned, er som følger:

1. Representant – 100 PV.
2. Prioritert representant – 100 PV og aktiv på 100 ADP i den aktuelle måneden.
3. 1000-distributør – 100 PV, aktiv på 100 ADP i den aktuelle måneden, minst 1000 GV, og minst tre (3) Frontlinekvalifiserte prioriterte representantdistributører (eller høyere) i sponsortreet.
4. 5000-distributør – 100 PV, aktiv på 100 ADP i den aktuelle måneden, minst 5000 GV, og minst tre (3) Frontlinekvalifiserte 1000-distributører (eller høyere) i sitt sponsortre.

5. 20 000-distributør – 200 PV, aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden, minst 20 000 GV, og personlig ha sponset minst tre (3) Frontline-kvalifiserte 5000-distributører (eller høyere) i sitt sponsortre.

6. Premier – 200 PV, aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden, minst 50 000 GV, og personlig ha sponset minst to (2) Frontline-kvalifiserte 20 000-distributører (eller høyere) og én (1) Frontline-kvalifisert 5000-distributør (eller høyere) i sitt sponsortre.

7. 100 000 Premier – 200 PV, aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden, minst 100 000 GV, og personlig ha sponset minst tre (3) Frontline-kvalifiserte 20 000-distributører (eller høyere) og én (1) Frontline-kvalifisert 5 000-distributør (eller høyere) i sitt sponsortre.

8. 200 000 Premier – 200 PV, aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden, minst 200 000 GV, og personlig ha sponset minst tre (3) Frontline-kvalifiserte Premier-distributører (eller høyere) og én (1) Frontline-kvalifisert 20 000-distributør (eller høyere) i sitt sponsortre.

9. 500 000 Premier – 200 PV, aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden, minst 500 000 GV, og personlig ha sponset minst én (1) Frontline-kvalifisert 200 000 Premier Select-distributør (eller høyere) inn i sitt sponsortre, to (2) Frontline-kvalifiserte 100 000 Premier Select-distributører (eller høyere) inn i sitt sponsortre, og to (2) Frontline-kvalifiserte Premier-distributører (eller høyere) i sitt sponsortre. To (2) av de nødvendige fem (5) Premier-distributørene må være på første nivå i plasseringstreet.

10. Quantum Premier – 200 PV; aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden: minimum 750,000 GV6 (Unilevel komprimert GV fra de første seks (6) nivåene under distributøren som distributøren ble betalt på) og for tre påfølgende måneder i kvalifiseringskvartalet, ha (i) minst en (1) frontline-kvalifisert 500 000 Premier-distributør (eller høyere) i hans/hennes sponsortre. (ii) en (1) frontline-kvalifisert 200 000 Premier-distributør (eller høyere) i sitt sponsortre. (iii) en (1) 100 000 Premier-distributør (eller høyere) i sitt sponsortre. (iv) og tre (3) frontline-kvalifiserte Premier-distributører (eller høyere) i sitt sponsortre. Disse frontline-distributørene må oppnå deres titler (unntatt de tre frontline premier-distributørene) før Quantum Premier-distributørens nåværende kvalifiseringskvartal, og alle (inkludert de tre frontline premier-distributørene) må beholde select-status i alle månedene av Quantum Premier-distributørens nåværende kvalifiseringskvartal. Tre (3) av de påkrevde seks (6) kvalifiserte distributørene må plasseres på plasseringstreet's første nivå.

11. X1Premier – 200 PV; aktiv på 200 ADP i den aktuelle måneden, minst 1 000 000 GV6 (UniLevel-komprimerte GV fra de første seks (6) nivåene under distributøren som distributøren fikk betalt for), og må i tre etterfølgende måneder i det kvalifiserende kvartalet ha: (i) minst én (1) Frontline-kvalifisert 500 000 Premier Select-distributør (eller høyere) i sitt sponsortre, (ii) to (2) Frontline-kvalifiserte 200 000 Premier Select-distributører (eller høyere) i sitt sponsortre, (iii) og fire (4) Frontline-kvalifiserte Premier-distributører (eller høyere) i sitt sponsortre. Disse Frontline-distributørene må ha oppnådd sine grader (unntatt de fire Frontline Premier-distributørene) før X-1 Premier-distributørens gjeldende kvalifiserende kvartal, og alle (inkludert de fire Frontline Premier-distributørene) må opprettholde Select-status i hver måned av X-1 Premier-distributørens kvalifiserende kvartal. Fire (4) av de nødvendige sju (7) kvalifiserte distributørene må være på første nivå i plasseringstreet.

B. Den ekstra gradsbetegnelsen "Select" gjelder for Premier-distributører som opprettholder sine gradskvalifikasjoner i tre (3) hele måneder i et enkelt kalenderkvartal.

### Punkt 3 PowerStart-provisjoner

A. PowerStart er en ukentlig provisjon som utbetales på førstegangsordrer med provisjonsvolum som er lagt inn innen 30 dager etter at en ny distributør signerte kontrakten.

Provisjoner fra slike provisjonsvolumer beregnes ut fra sponsortreet. Selskapet utbetaler femti prosent (50 %) av provisjonsvolumet på førstegangsordrer. Førtifem prosent (45 %) av provisjonsvolumet utbetales som en PowerStart-provisjon til Upline-sponsorene til distributøren som legger inn førstegangsordren, tre prosent (3 %) av provisjonsvolumet tildeles den globale bonuspotten, og de resterende to prosentene (2 %) tildeles 500 000-bonuspotten.

B. PowerStart-provisjonen er begrenset til de første 1000 provisjonsvolum for en førstegangsordre, men fra tid til annen kan selskapet endre provisjonsvolumet ved melding til alle distributører. Eventuell gjenværende provisjon fra en førstegangsordre blir utbetalt som en UniLevel-provisjon.

C. Avhengig av sponsorens PV- og ADP-status blir PowerStart-provisjoner utbetalt på én av følgende to måter:

1. PowerStart Basic – selskapet utbetaler tjue prosent (20 %) av provisjonsvolumet for førstegangsordren til den første kvalifiserte (100 PV) Upline-distributøren i sponsortreet. Selskapet utbetaler de resterende tjuefem prosentene (25 %) av provisjonsvolumet for førstegangsordren til den neste kvalifiserte (200 PV og aktiv på 200 ADP) Uplinedistributøren i sponsortreet. Tabellen under gir deg en oversiktlig oppsummering:

Sponsor	Minste kvalifisering	Provisjon
Første kvalifiserte Upline-distributør på nivået	100 PV, ingen aktiv ADP	20%
Andre kvalifiserte Upline-distributør på nivået	200 PV med aktiv 200 ADP	25%

2. PowerStart Plus –selskapet utbetaler tretti prosent (30 %) av provisjonsvolumet for førstegangsordren til den første kvalifiserte (100 PV og aktiv på 100 ADP) Upline-distributøren i sponsortreet. Selskapet utbetaler de resterende femten prosentene (15 %) av provisjonsvolumet for førstegangsordren til den neste kvalifiserte (200 PV og aktiv på 200 ADP) Upline-distributøren i sponsortreet. Tabellen under gir deg en oversiktlig oppsummering:

Sponsor	Minste kvalifisering	Provisjon
Første kvalifiserte Upline-distributør på nivået	100 PV, med aktiv 100 ADP	30%
Andre kvalifiserte Upline-distributør på nivået	200 PV med aktiv 200 ADP	15%

D. Den kvalifiserte Upline-distributøren har rett til å motta en PowerStart-provisjon hvis han eller hun oppfyller minstekravene i løpet av den uken førstegangsordren legges inn, eller de fem ukene før førstegangsordren legges inn. Hvis den kvalifiserende Upline-distributøren ikke oppfyller minstekravene innen denne perioden på seks (6) uker, vil selskapet utbetale provisjonen til neste kvalifiserte Upline-distributør i form av PowerStart-komprimering. PowerStartprovisjoner beregnes ut fra volumet i sponsortreet.

En førstegangsordre må være mottatt av selskapet senest kl. 17:00 (MST amerikansk tid) på fredag for at PowerStartprovisjonen skal kunne utbetales uken etter. Ordre som leveres elektronisk og senest kl. 23:59 (MST amerikansk tid) på søndag, kvalifiserer for utbetaling uken etter.

#### Punkt 4 UniLevel-provisjoner

A. UniLevel er en månedlig provisjon som utbetales på alle produktbestillinger med provisjonsvolum. Provisjonen utbetales i sin helhet, og selskapet utbetaler femti prosent (50 %) av provisjonsvolumet på slike produktbestillinger. Førstisju prosent (47 %) av provisjonsvolumet for slike bestillinger utbetales som en UniLevel-provisjon, og tre (3 %) prosent av provisjonsvolumet tildeles den globale bonuspotten.

B. Selskapet utbetaler UniLevel-provisjoner ut fra det samlede provisjonsvolumet som ikke kvalifiserer for en PowerStartprovisjon, fra inntil ni (9) kompresjonsnivåer i en distributørs Downline-organisasjon. Distributørens grad avgjør hvor mange nivåer distributøren kan samle opp UniLevel-provisjoner på. Hvis distributøren ikke har en grad som kvalifiserer for å samle opp UniLevel-provisjoner under et bestemt nivå, blir disse provisjonene utbetalt via Unilevel-kompresjon til neste høyest kvalifiserte distributør. UniLevel-provisjoner utbetales ut fra distributørens grad på følgende måte, og hver høyere grad har krav på flere utbetalingsnivåer:

1. Representant – fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 1 og fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 2.

2. Prioritert representant – samme provisjonsvolumprosenten som en representant, pluss ytterligere ti prosent (10 %) av provisjonsvolumet på nivå 3.

3. 1000-distributør – samme provisjonsvolumprosenten som en prioritert representant, pluss ytterligere fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 4.

4. 5000-distributør – samme provisjonsvolumprosenten som en 1000-distributør, pluss ytterligere fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 5.

5. 20 000-distributør – samme provisjonsvolumprosenten som en 5000-distributør, pluss ytterligere fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 6 og fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 7.

6. Premier og høyere – samme provisjonsvolumprosenten som en 20 000-distributør, pluss ytterligere fem prosent (5 %) av provisjonsvolumet på nivå 8 og to prosent (2 %) av provisjonsvolumet på nivå 9.

Tabellen under gir deg en oversiktlig oppsummering:

Level	Representant	Prioritert representant	1K	5K	20K	Premier og høyere
1 <sup>st</sup>	5%	5%				5%
2 <sup>nd</sup>	5%	5%				5%
3 <sup>rd</sup>	-	10%				10%
4 <sup>th</sup>	-	-				5%

5 <sup>th</sup>	-	-				5%
6 <sup>th</sup>	-	-				5%
7 <sup>th</sup>	-	-				5%
8 <sup>th</sup>	-	-				5%
9 <sup>th</sup>	-	-				2%

C. Alle produktbestillinger som ikke foretas over Internett, må være mottatt av selskapet før kl. 17:00 (MST amerikansk tid) den siste virkedagen i måneden for å bli medregnet i den aktuelle månedens UniLevel-provisjoner. Alle produktbestillinger som foretas over Internett, må være mottatt av selskapet før kl. 11:59 (MST amerikansk tid) den siste dagen i måneden for å bli medregnet i den aktuelle månedens UniLevel-provisjoner.

D. Beregning av UniLevel-provisjoner blir også gjenstand for sponsorkompresjon, og dette er et sikkerhetsnett for minste månedlige PV som kan bidra til at en distributør stiger i gradene.

#### Punkt 5 Globale bonuspottprovisjoner

A. Den globale bonuspotten er en kvartalsvis provisjon som utbetales fra en pott som består av tre prosent (3 %) av alt provisjonsvolum over hele verden. Den globale bonuspotten utbetales i måneden etter utgangen av kalenderkvartalet, til distributører som kvalifiserte seg som Premier Select eller høyere hver måned i det aktuelle kalenderkvartalet. Den kvartalsvise utbetalingen av den globale bonuspotten beregnes ved å legge sammen gjeldende GV3, GV6 og GV9 (gruppevolum for UniLevel-kompresjon) for det aktuelle kalenderkvartalet fra kvalifiserte Premier-distributører, slik at man får et samlet pottvolum. Prosentandelen av den samlede potten som tildeles en kvalifisert Premier-distributør, er mengden av GV3, GV6 eller GV9 som den aktuelle distributøren har bidratt med, dividert på samlet pottvolum. Denne prosentandelen multipliseres deretter med det totale dollarbeløpet i den globale bonuspotten, og resultatet blir den globale bonuspottprovisjonen til den aktuelle distributøren.

B. For å kvalifisere for deltakelse i den globale bonuspotten kreves følgende for Premier-gradene:

1. Premier. Oppnå Select-status, og hver måned av kvalifiseringsperioden tjene opp en UniLevel-sjekk på minst 2500 amerikanske dollar (\$ 2 500) eller tilsvarende. Bidraget til potten er GV3.
2. 100 000 Premier. Oppnå Select-status, og hver måned av kvalifiseringsperioden tjene opp en UniLevel-sjekk på minst 5 000 amerikanske dollar (\$ 5 000,00) eller tilsvarende. Bidraget til potten er GV6.
3. 200 000 Premier. Oppnå Select-status, og hver måned av kvalifiseringsperioden tjene opp en UniLevel-sjekk på minst 10 000 amerikanske dollar (\$ 10 000,00) eller tilsvarende. Bidraget til potten er GV6. 500 000 Premier. Oppnå Select-status i kvalifiseringskvartalet. Bidraget til potten er basert på GV6.

4. 500 000 Premier. Oppnå Select-status og i hver måned av kvalifiseringskvartalet tjene opp en UniLevel-sjekk på minst 10 000 amerikanske dollar (\$10 000) eller tilsvarende). Bidraget til potten er basert på GV9.
  5. Quantum Premier. Oppnå Select-status og hver måned av kvalifiseringsperioden tjene opp en UniLevel-sjekk på minst 10 000 amerikanske dollar (\$10 000) eller tilsvarende). Bidraget til potten er basert på GV9.
  6. X1 Premier. Oppnå Select-status og hver måned av kvalifiseringsperioden tjene opp en UniLevel-sjekk på minst 10 000 amerikanske dollar (\$10 000) eller tilsvarende). Bidraget til potten er basert på GV9.
- C. Provisjonene som beregnes fra den globale bonuspotten, utbetales med UniLevel-sjekken.

#### Punkt 6 Provisjoner fra 500 000-bonuspotten

- A. 500 000-bonuspotten er en kvartalsvis provisjon som utbetales fra en pott som består av to prosent (2 %) av alt provisjonsvolum over hele verden fra førstegangsordrer som utbetales som PowerStart-provisjon i løpet av det aktuelle kvartalet. 500 000bonuspotten utbetales måneden etter utgangen av kalenderkvartalet, til distributører som kvalifiserte seg som 500 000 Premier Select eller høyere hver måned i det aktuelle kalenderkvartalet.
- B. Den kvartalsvise utbetalingen av 500 000-bonuspotten beregnes ved å legge sammen gjeldende GV6 for det aktuelle kalenderkvartalet fra kvalifiserte 500 000 Premier Select-distributører eller høyere, slik at man får et samlet pottvolum. Prosentandelen av det samlede pottvolumet som tildeles en kvalifisert 500 000 Premier Select-distributør, er mengden av GV6 som den aktuelle distributøren har bidratt med, dividert på samlet pottvolum. Denne prosentandelen multipliseres deretter med det totale dollarbeløpet i 500 000-bonuspotten, og resultatet blir provisjonen fra 500 000-bonuspotten til den aktuelle distributøren.
- C. For å delta i 500 000-bonuspotten stilles følgende krav til distributører:
  1. 500 000 Premier Select: kvalifisere som 500 000 Premier Select hver måned i kvalifiseringskvartalet. Bidraget til potten er basert på distributørens GV6.
  2. Quantum Premier Select: kvalifisere som 500 000 Premier Select eller høyere hver måned i kvalifiseringskvartalet. Bidraget til potten er basert på distributørens GV6.
  3. X1 Premier Select: kvalifisere som 500 000 Premier Select eller høyere hver måned i kvalifiseringskvartalet. Bidraget til potten er basert på distributørens GV6.
- D. Provisjonene som beregnes fra 500 000-bonuspotten, inkluderes i UniLevel-sjekken. .
- E. Dersom ingen distributører kvalifiserer seg for 500 000-bonuspotten, blir beløpet i potten lagt til i den globale bonuspotten for det aktuelle kvartalet.

#### Punkt 7 Provisjoner på kundesalg

- A. Distributører kan generere kundesalgprovisjoner ved å:
  1. kjøpe produkter fra selskapet til engrospris og selge produktene videre til sine kunder, og/eller

2. få kunder til å kjøpe produkter under distributørens konto via selskapets kundebestillingstelefon.

B. Selskapet utbetaler kundesalgprovisjon på alt produktsalg til kunder som er henvist til selskapets kundebestillingstelefon av distributører. I tillegg behandles provisjonsvolumet fra slike salg som Frontline i forhold til den henvisende distributøren ved beregning av UniLevel-provisjoner. Kundesalgprovisjon er differansen mellom produktets utsalgspris og engrospris minus et administrasjonsgebyr.

C. Kundesalgprovisjoner blir utbetalt sammen med UniLevel-sjekken.

#### Punkt 8 Incentivreiser og belønninger

A. Fra tid til annen kan selskapet gi kvalifiserte distributører incentivreiser og andre belønninger. Slike belønninger eller reiser kan være basert på tittel og gode distributørresultater, og gis bare til juridiske personer som står oppført i en kvalifisert distributørs distributøravtale. De kan være inntil flybillett for to slike juridiske personer og hotellovernatting på ett rom. Incentivreiser og belønninger kan ikke utsettes til senere bruk, og kan ikke byttes mot kontanter. Det vil ikke bli foretatt noen utbetaling eller gitt noen kreditt til distributører som eventuelt ikke kan eller vil delta på reisen, eller motta belønningen.

B. Selv om selskapet betaler noen eller alle kostnader for slike incentivreiser, samtykker distributøren i at selskapet skal holdes skadesløst og fritas for ethvert ansvar dersom distributøren og/eller hans eller hennes gjester skulle bli skadet i forbindelse med reisen. Distributøren kan ikke gjøre krav på eller basere seg på at selskapets forsikringspolise skal dekke kostnader og utgifter dersom distributøren og/eller hans/hennes gjester skulle bli skadet.

C. Selskapet kan bli lovpålagt å inkludere markedsverdien for eventuelle incentivbelønninger, -reiser osv. på distributørens årsoppgave til skatteetaten. Distributøren har selv ansvaret for å betale gjeldende skatter, og samtykker i at selskapet skal holdes skadesløst i forhold til eventuelle skattekrav i forhold til slike incentivreiser og -belønninger.

D. Hvis det blir oppdaget at distributøren har gitt uriktige eller villedende opplysninger, eller har brutt noen av selskapets regler og retningslinjer for å bli kvalifisert for slike incentivreiser og -belønninger, har selskapet rett til å belaste distributøren for selskapets kostnader eller for eventuelle goder som distributøren har mottatt.

#### Punkt 9 Definisjoner

Følgende definerte termer gjelder i hele kompensasjonsplanen, hvor de er skrevet med kursiv skrift:

500 000 bonuspott	Provisjoner som utbetales til kvalifiserte 500 000 Premier Select-distributører og høyere, fra en pott som består av to prosent (2 %) av alt provisjonsvolum over hele verden fra førstegangsordrer som gir PowerStart-provisjon.
Automatisk leveringsprogram(A DP)	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Provisjonsberettinget salgsvolum (CV)	Den reelle volummengden som gir rett til provisjoner i et bestemt marked.
Selskapet	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.

Godtgjøringsplan	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Kontrakt	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Kunde	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Distributør	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Distributøravtale	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Distributørenhet	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Downline Organization	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Frontline	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Global bonuspott	En provisjonspott som utbetales til kvalifiserte Premier Select-distributører og distributører med høyere grad, og som består av tre prosent (3 %) av alt provisjonsvolum over hele verden.
Gruppevolum (GV)	Det samlede produktvolumet som er kjøpt av en distributør og hans eller hennes Downlineorganisasjon
GV3, GV6, GV9	Totalsummen av gruppevolumet for utbetalingslinjene på 3 nivåer (GV3), 6 nivåer (GV6) og 9 nivåer (GV9) i plasseringstreet.
Førstegangsordre	En distributørs første produktbestilling med provisjonsvolum som sendes til en enkeltadresse. Hvis bestillingen legges inn innen tretti (30) dager etter signaturodatoen, blir bestillingens provisjonsvolum utbetalt som PowerStart-provisjon.
Betalingslinje	Distributørenheter i en Downline-organisasjon som en distributør utbetales provisjoner for, basert på UniLevel-kompresjon eller PowerStart-kompresjon.
Juridisk person	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Personlig volum (PV)	The Volume of Product purchased for resale or consumption by a Distributor.
Plassering	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Plasseringstre	Et nettverk med familietrestruktur bestående av distributørenheter, og som dannes gjennom plassering. Unilevel-provisjoner beregnes ut fra strukturen til et plasseringstre.
PowerStart-provisjoner	Provisjoner som beregnes ut fra provisjonsvolumet for førstegangsordrer i sponsortreet i løpet av en gitt uke.
PowerStart-kompresjon	En framgangsmåte der ikke-kvalifiserte distributørenheter i sponsortreet utelates ved beregning av PowerStart-provisjoner.
Premier	En grad som er definert i godtgjøringsplanen, samt en tittel som brukes for Premier-gradene til og med X-1.
Produkt	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Grad	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Kundesalg	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Select	Det å kvalifisere for en Premier-grad eller høyere i 3 etterfølgende måneder i kvartalet. Selectstatusen brukes på den laveste graden som oppnås i løpet av kvartalet.
Sponsor	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinjer.
Sponsortre	Et nettverk med familietrestruktur bestående av distributørenheter som dannes ved sponing. PowerStart-provisjoner beregnes ut fra det ukentlige provisjonsvolumet i sponsortreet.
Sponsorkompresjon	En framgangsmåte som brukes til å beregne utbetaling fra sponsortreet, på følgende måte: Hvis en Frontline ikke bestiller produkter i løpet av en gitt måned, finner man med denne framgangsmåten fram til den distributørenheten som har høyest grad i Frontlinen til distributørenheten som ikke har bestilt produkter, og flytter denne distributørenheten opp i stedet for distributørenheten som ikke har bestilt produkter. Prosessen skjer sekvensielt og begynner fra bunnen av treet og beveger seg oppover; hvis en distributørenhet kvalifiserer sin sponsor, skjer det ikke mer, men hvis distributørenheten ikke kvalifiserer sin sponsor, flyttes distributørenhetens høyest kvalifiserte Frontline til

	distributørenhetens posisjon ved beregning av provisjoner. Deretter ser man på neste Upline, og hvis noen i dennes Frontline ikke har provisjonsvolum, blir den høyest kvalifiserte Frontline i den aktuelle Frontline-distributørenheten flyttet opp.
Streamline-kompresjon	En referanse til PowerStart-kompresjon, UniLevel-kompresjon og/eller sponsorkompresjon.
Tittel	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinter.
UniLevel	Provisjonsberegningen ut fra provisjonsvolumet i plasseringstreet til en distributør
Unilevel Compression	En framgangsmåte der man utelater distributørenheter i plasseringstreet fordi de enten mangler provisjonsvolum eller ikke har rett til neste nivå med Unilevel-provisjoner, basert på enhetens grad.
Upline	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinter.
Volume	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinter.
Wholesale	Se definisjonen på denne betegnelsen i tillegg A til regler og retningslinter.