



Enagic Official Leadership
ACADEMY

COMPLIANCE

Linee guida per un'attività conforme



INDICE DEI CONTENUTI



Enagic Official Leadership
ACADEMY

- **Proteggere il business**
- **Perché abbiamo la conformità**
- **Ruolo DSE e perché siamo membri**
- **Organi di governo**
- **Politiche e procedure**
- **Sconto**
- **Vendere Acqua Kangen®**
- **Pratiche di marketing ingannevoli**
- **Indicazioni sulla salute**
- **Dichiarazioni di reddito**
- **Azioni disciplinari**



Enagic Official Leadership
ACADEMY

REGOLAMENTAZIONE



Perché abbiamo la conformità



Enagic Official Leadership
ACADEMY

- La conformità riveste un ruolo essenziale per Enagic® e per i distributori.
- Politiche e Procedure formano la struttura delle linee guida che i distributori devono seguire per proteggere l'azienda e loro stessi.
- La conformità è la tutela di tutti.

Il ruolo del DSE



- DSE supporta il settore della vendita diretta
- Quando i governi tentano di approvare una nuova legge che potrebbe rendere le cose più difficili per il settore, si assicurano che la voce del nostro settore venga ascoltata
- Enagic® è membro del DSE perché siamo nel settore e possiamo offrire ai nostri distributori una maggiore protezione dalle autorità di regolamentazione
- È molto importante rimanere membri.
- Se perdessimo l'adesione, DSE e gli enti di regolamentazione inizierebbero a guardare Enagic® e i suoi distributori con lente d'ingrandimento per individuare i problemi.
- L'azienda perderebbe credibilità.

L'autorità del DSE su Enagic®



Enagic Official Leadership
ACADEMY



- Il DSE fornisce politiche e linee guida che le aziende appartenenti devono seguire.
- In caso di non rispetto delle regole le aziende potrebbero perdere l'adesione alla DSE.

Fonti di regolamentazione di settore

- Legislazione dell'Unione Europea
- Leggi nazionali
- Autorità di settore (AGCM, GPDP)
- Associazioni dei consumatori



Enagic Official Leadership
ACADEMY



Il ruolo degli Organi di governo

- Tutela dell'interesse e della sicurezza del consumatore;
- Tutela della concorrenza e del mercato.

La normativa europea sulla pubblicità ingannevole



Enagic Official Leadership
ACADEMY

La pubblicità ingannevole è regolamentata dalla Dir. 2006/114/CE, dal D.lgs. 145/2007 e dal D.lgs. 2005/206 (Codice del consumo).

La pubblicità è considerata ingannevole se inganna i consumatori su uno o più aspetti del prodotto o servizio pubblicizzato, ovvero sia idonea a ledere un concorrente.

La legge vieta la pubblicità ingannevole e richiede che la pubblicità sia chiaramente identificabile e non contenga informazioni false o fuorvianti.





Cos'è una pubblicità ingannevole

Una pubblicità è considerata ingannevole se è idonea ad indurre in errore o ad ingannare i consumatori, ovvero sia idonea a ledere un concorrente. I criteri da considerare:

- Informazioni false: pubblicità che contiene dichiarazioni false o presenta informazioni in un modo che potrebbe ingannare i consumatori.
- Presentazione ingannevole: pubblicità che omette informazioni sostanziali, presenta informazioni in modo poco chiaro o ambiguo o crea una falsa impressione sul prodotto o servizio.
- Pubblicità esca: pubblicità che promuove un prodotto o un servizio a un determinato prezzo o condizioni, ma l'inserzionista non mette a disposizione una quantità ragionevole o non intende vendere a quel prezzo o a quelle condizioni.
- Pratiche commerciali sleali: pubblicità che sfrutta la mancanza di conoscenza del consumatore, utilizza tattiche aggressive o coercitive o causa notevoli interruzioni o disagi al consumatore.



Publicità comparativa



Enagic Official Leadership
ACADEMY

L'art. 4 del D.lgs. 2007/145 definisce le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

La pubblicità comparativa è illecita se:

- pubblicità che effettua confronti con prodotti o servizi della concorrenza in modo fuorviante o tale da ingannare i consumatori;
- ingenera confusione sul mercato;
- finalizzata alla denigrazione di altri prodotti o marchi
- non rispetta le norme del Codice del consumo;
- effettua confronti non oggettivi.





Perché è importante che Enagic® segua le normative vigenti?

1

Le Autorità
amministrative
indipendenti vigilano sul
rispetto delle norme

2

Hanno il potere di agire
contro una azienda.

3

Possono agire contro un
distributore poiché è
considerato un
imprenditore.

4

Pertanto è importante
seguire le leggi per
proteggere l'azienda e i
distributori.



Enagic Official Leadership
ACADEMY

POLITICHE E PROCEDURE



Perché abbiamo P&P e perché è importante seguirli?

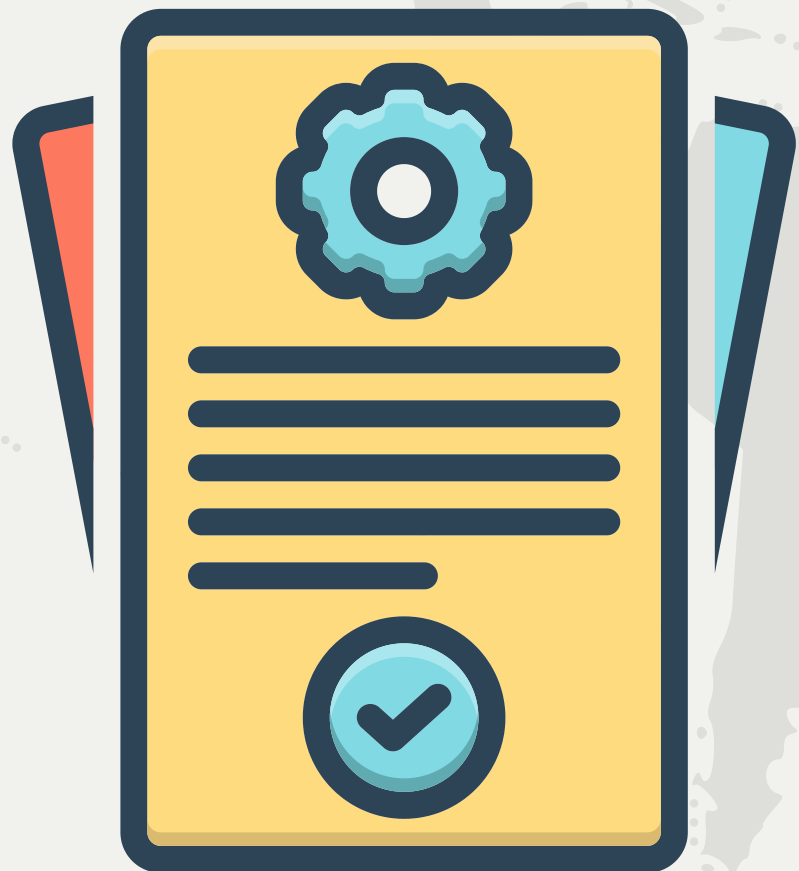


Enagic Official Leadership
ACADEMY

- Le Politiche e Procedure di Enagic sono le linee guida di comportamento del distributore ed esse aiutano i distributori a non violare le norme di legge.
- Essa sono fedeli alle normative vigenti.
- La violazione di esse comporta essere sottoposti ad azioni disciplinari da parte dell'azienda.
- Se i Distributori non rispettano le P&P, potrebbero essere soggetti a sanzione da parte di autorità statali.
- Se un Organo Direttivo intraprende un'azione contro il distributore, Enagic® esaminerà la questione perché è altamente probabile che il distributore sia andato contro le P&P dell'azienda.
- Se Enagic® affronterà spese legali o verrà sottoposta a sanzioni da parte delle Autorità statali, si riserva il diritto di rifarsi sul distributore responsabile della controversia.

Abbiamo gli stessi P&P in tutto il mondo?

La maggior parte delle politiche Enagic® sono le stesse in tutte le filiali perché le leggi a tutela dei consumatori sono simili.



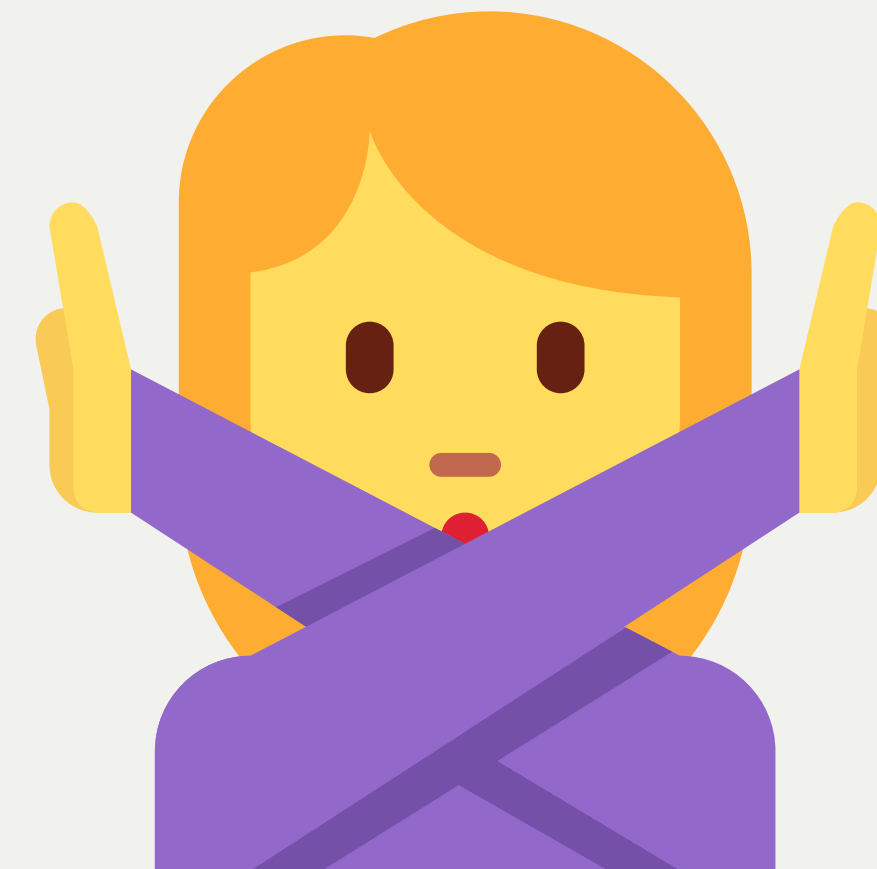
Tuttavia esiste una differenza perché le leggi locali sono diverse in ogni Paese.

Pratiche vietate



Enagic Official Leadership
ACADEMY

- **Scontistiche**
- **Vendita di acqua Kangen®**
- **Rivendita dei prodotti aziendali**
- **Pratiche di marketing ingannevoli**
- **Pubblicità comparativa**
- **Indicazioni sulla salute**
- **Dichiarazioni di reddito**
- **Piattaforme online indipendenti**
- **Violazione del dovere di diligenza professionale**
- **Violazione del Marchio Registrato:** È espressamente vietato l'utilizzo non autorizzato di nomi, loghi o immagini di proprietà di Enagic, al fine di salvaguardare l'integrità e i diritti associati al marchio registrato.



SCONTISTICHE



Enagic Official Leadership
ACADEMY



L'azienda non offre sconti sulle vendite o altre agevolazioni. Allo stesso modo, anche i distributori non dovranno offrirli, come da P&P par. 7 lett. a) e par. 42 lett. h).

Eventuali sconti potranno costituire motivo di azione disciplinare da parte dell'azienda.

È importante comprendere che l'applicazione di sconti crea una concorrenza sleale tra i distributori

Esempio di sconto



Enagic Official Leadership
ACADEMY



Lo sconto

Cose da NON fare:

- Non scontare i prodotti Enagic®.
- Non offrire sconti.
- Non restituire parte della tua commissione.
- Non offrire alcun tipo di agevolazione al consumatore per invogliarlo ad acquistare da te.

Cose da fare:

- Spiega che i nostri prodotti sono di alta qualità e valgono un investimento.
- Dopo l'acquisto potresti offrire qualche piccolo beneficio.
- Questo non dovrebbe essere menzionato prima, poiché sarebbe considerato allettante.



Enagic Official Leadership
ACADEMY

VENDITA DI ACQUA KANGEN®

- È severamente vietata la vendita di Acqua Kangen® in bottiglia o confezionata.
- Non è possibile raccogliere donazioni dalla distribuzione dell'Acqua Kangen®.
- È vietato addebitare al cliente l'uso dell'elettricità o della macchina durante la demo poiché si tratta di spese generali dei distributori.
- Qualsiasi violazione costituisce motivo di azione disciplinare.
- È vietato etichettare la bottiglia con il logo dell'Azienda poiché crea l'impressione che l'acqua sia in vendita.
- Tutto questo anche per evitare violazioni delle normative locali riguardanti l'imbottigliamento e la vendita di acqua in bottiglia.
- Ai distributori è vietato pubblicizzare la possibilità di monetizzazione per ristoranti, bar o simili attraverso la vendita dell'acqua ionizzata prodotta dai dispositivi Enagic.



ESEMPI VENDITA DI ACQUA KANGEN®



Enagic Official Leadership
ACADEMY



	KANGEN WATER \$2 / LITRE
	KANGEN WATER \$2 / LITRE
	KANGEN WATER €1 / LITRE



Vendere



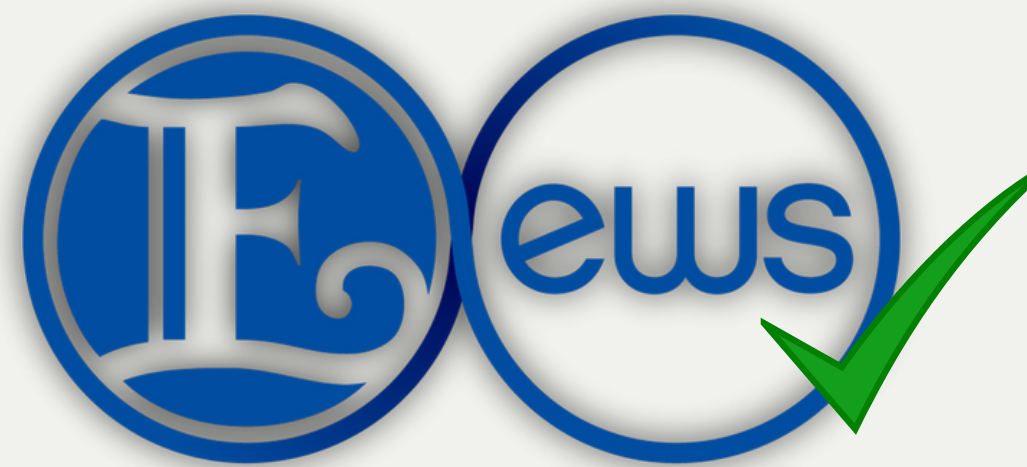
Enagic Official Leadership
ACADEMY

NON devi vendere
Acqua Kangen® in
nessuna forma e per
nessun motivo

Condividi gratuitamente
l'Acqua Kangen®.
Le prove dell'acqua sono il
modo migliore per mostrare al
tuo potenziale cliente come
apprezzeranno l'acqua

Siti web

- L'unico sito Web consentito è EWS.
- Ai distributori non è consentito progettare in modo indipendente il sito web utilizzando nomi, loghi, descrizioni di prodotti e servizi dell'azienda.
- I distributori non possono utilizzare annunci ciechi che fanno affermazioni su prodotti o guadagni associati a prodotti, servizi e piani compensi dell'Azienda.
- Qualsiasi violazione è soggetta ad azioni disciplinari, compresa la conclusione del rapporto.
- I canali che portano a informazioni sui prodotti Enagic® e sul piano di compensazione per vendere o reclutare nuovi distributori sono contrari alle politiche

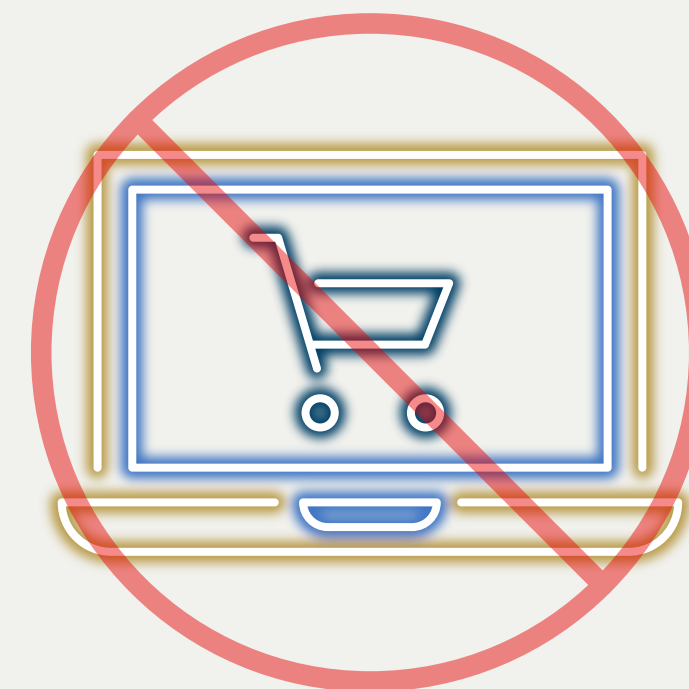




Enagic Official Leadership
ACADEMY

Vendita online

- Ai distributori è vietato vendere o promuovere i prodotti dell'Azienda su qualsiasi sito web di acquisti su Internet, aste e annunci economici.
- Qualsiasi violazione costituirà motivo di sospensione o di risoluzione.



Vendita al dettaglio

- E' vietata la vendita al dettaglio dei prodotti Enagic, incluso l'Ukon.



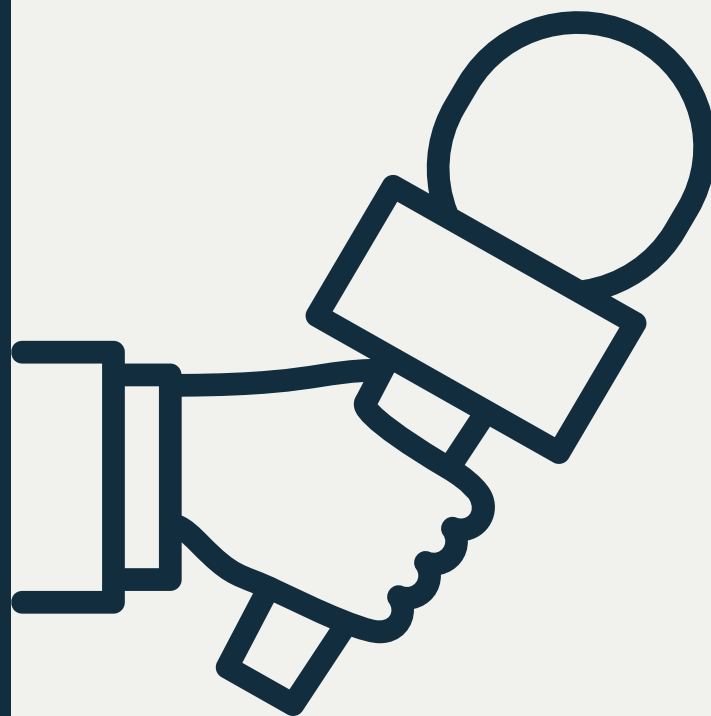
Pubblicità a mezzo stampa, piattaforme o telecomunicazione

- è vietato fare pubblicità per mezzo stampa o video o interviste, questa è una prerogativa dell'azienda stessa e solo l'azienda o un suo delegato autorizzato potranno effettuare questo genere di attività.
- Gli annunci a pagamento rappresentano una violazione delle politiche in quanto sono considerati annunci ciechi



Divieto di rilasciare interviste

- non è consentito sollecitare interviste o invitare la stampa o i media ad un meeting o evento aziendale, o da voi organizzato, senza aver ottenuto preventivamente l'autorizzazione dalla nostra sede.



Publicità comparativa illecita

La pubblicità comparativa è una strategia di marketing in cui si trova il prodotto o il servizio di un'azienda viene presentato come superiore rispetto a quello di un concorrente.

È severamente vietato effettuare dimostrazioni sull'acqua che implicano la menzione o l'esposizione di etichette di marche di bevande specifiche.

Inoltre, non sono ammessi commenti relativi ad altri marchi.



or



Marchio registrato (D.lgs. 2005/30)

- Ai distributori è severamente vietato utilizzare i nomi, loghi, immagini propri di Enagic® per scopi promozionali, comprese estensioni di posta elettronica o nomi di siti Web o pagine Web.
- E' consentito utilizzare il logo del Distributore Enagic®.



Indicazioni sulla salute

P&P par. 8 lett. i) e D.lgs. 145/2007 art. 6.1)

- I proclami sulla salute rientrano nella fattispecie di pubblicità ingannevole, poichè non si possiedono prove certe ed inconfutabili a sostegno.
- Ai distributori è vietato fare affermazioni, espresse o implicite, sulle proprietà terapeutiche o curative dei prodotti. In particolare, nessun distributore dovrebbe affermare che i prodotti dell'azienda sono destinati a diagnosticare, curare, guarire o prevenire qualsiasi malattia.
- Tali dichiarazioni sono considerate indicazioni mediche.
- Qualsiasi violazione comporterà azioni disciplinari, come la sospensione ovvero conclusione del rapporto.



Enagic Official Leadership
ACADEMY





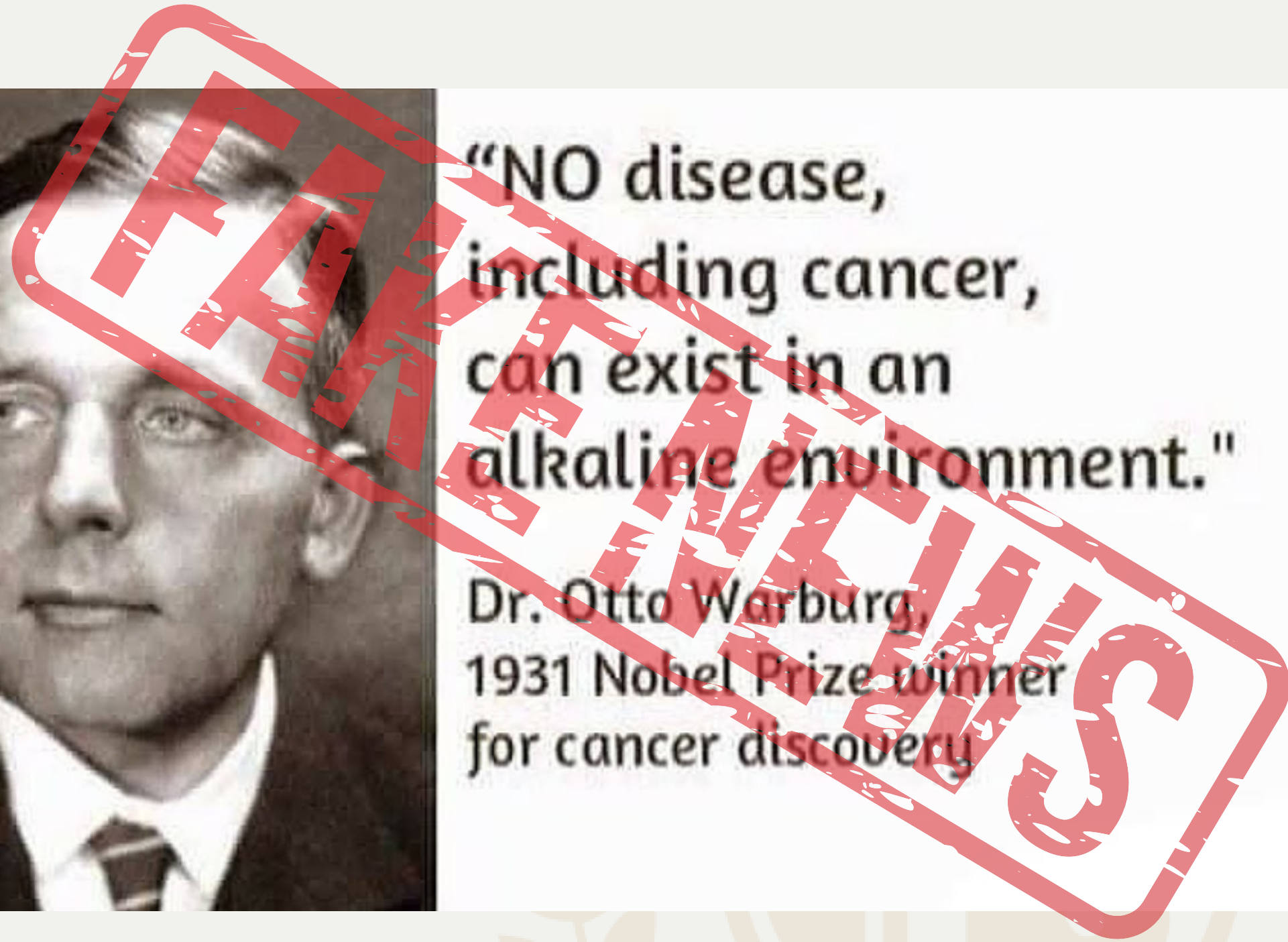
Enagic Official Leadership
ACADEMY

**Affermazioni
mediche
infondate e
travisate**



**"NO disease,
including cancer,
can exist in an
alkaline environment."**

**Dr. Otto Warburg,
1931 Nobel Prize winner
for cancer discovery**



La ricerca del dottor Otto Warburg

FAKE NEWS

La sua ricerca, sebbene eccezionale a suo riguardo, è grossolanamente travisata e citata erroneamente. La sua ricerca non afferma mai che sia alcalino o acido. Si concentra sulla respirazione cellulare per produrre energia.

“Il cancro, più di tutte le altre malattie, ha innumerevoli cause secondarie. Ma anche per il cancro esiste una sola causa primaria. Riassumendo in poche parole, la causa principale del cancro è la sostituzione della respirazione di ossigeno nelle cellule normali del corpo con la fermentazione dello zucchero. Tutte le cellule normali del corpo soddisfano i loro bisogni energetici respirando ossigeno, mentre le cellule tumorali soddisfano i loro bisogni energetici in gran parte attraverso la fermentazione. Tutte le cellule normali del corpo sono quindi aerobe obbligate, mentre tutte le cellule tumorali sono anaerobi parziali. Dal punto di vista della fisica e della chimica della vita, questa differenza tra le cellule normali e quelle tumorali è così grande che difficilmente si può immaginare una differenza più grande. Il gas ossigeno, il donatore di energia nelle piante e negli animali, viene detronizzato nelle cellule tumorali e sostituito da una reazione di produzione di energia delle forme viventi più basse, vale a dire la fermentazione del glucosio.

La chiave del problema del cancro è quindi l'energia della vita, che è stata il campo di lavoro dell'istituto Dahlem fin dalla sua fondazione da parte della Fondazione Rockefeller intorno al 1930. A Dahlem furono scoperti e isolati chimicamente gli enzimi che trasferiscono l'ossigeno e l'idrogeno. A Dahlem è stata scoperta decenni fa la fermentazione delle cellule tumorali; ma solo negli ultimi anni è stato dimostrato che le cellule tumorali possono effettivamente crescere nel corpo quasi esclusivamente con l'energia della fermentazione. Soltanto oggi si possono presentare, per quanto riguarda il cancro, tutti gli esperimenti richiesti da PASTEUR e KOCH come prova delle cause prime di una malattia. Se è vero che la sostituzione della respirazione dell'ossigeno mediante la fermentazione è la causa principale del cancro, allora tutte le cellule tumorali, senza eccezione, devono fermentare e non dovrebbe esistere alcuna cellula in crescita normale che fermenta nel corpo.

Da nessuna parte viene menzionato il pH o l'alcalinità. Questa non è una forma di giustificazione credibile, affidabile o accettata per le affermazioni per cui è ampiamente utilizzata. Né viene menzionato che il cancro non può vivere in un ambiente alcalino.



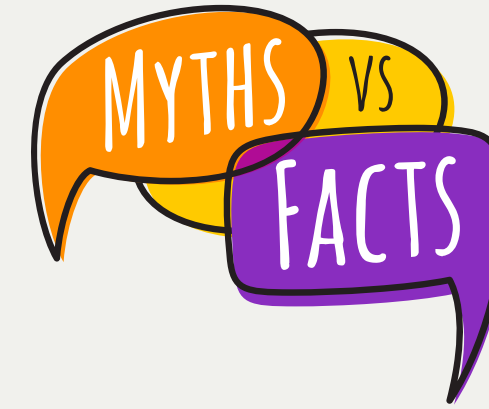
Affermazioni/testimonianze mediche

E' vietata qualsiasi contenuto che affermi o insinui che Kangen® Water ® / Kangen® Ukon trattano, curano, prevengono, aiutano, coadiuvano, ripristinano, alleviano, riparano, migliorano, riabilitano, riparano o rimediano a qualsiasi malattia, condizione o sintomo.

Rientra nella fattispecie di “affermazioni mediche” l'utilizzo di testimonianze da parte dei clienti che affermano i benefici riscontrati dall'assunzione dell'acqua Kangen® e di dichiarazioni di medici o persone autodefinite esperti come parte delle tue attività di promozione.



Testimonianza personale non è un fatto comprovato



Perché non posso utilizzare le testimonianze?

- Le testimonianze nelle pubblicità implicano l'efficacia del prodotto.
 - L'inserzionista deve disporre di prove sufficienti a sostegno delle affermazioni contenute nelle testimonianze.
 - Le testimonianze dei consumatori non sono considerate prove scientifiche.
 - Le esperienze individuali possono differire dai risultati tipici
-
- Le testimonianze personali, pur essendo fedeli all'individuo, non costituiscono un fatto.
 - Non ci si può aspettare che la propria esperienza personale venga duplicata in un altro individuo e non dovrebbe essere utilizzata per vendere alcun prodotto. Anche le testimonianze richiedono prove scientifiche competenti e affidabili per suffragare le affermazioni.
 - La tua storia personale è fondamentale ed è molto importante. È importante ricordare che non è possibile utilizzare la testimonianza medica. Ad esempio non puoi dire che stai assumendo 13 diversi tipi di farmaci, hai iniziato a bere l'acqua e ora non devi più assumere altri farmaci.



Chiarezza Riguardo agli Ospedali Giapponesi

- Enagic non ha mai affermato che gli ospedali giapponesi abbiano utilizzato il nostro dispositivo per terapie mediche.
- È fondamentale non diffondere questa dichiarazione che potrebbe essere interpretata come una conferma che il nostro dispositivo è un apparato medicale
- Occorre evitare malintesi e garantire trasparenza nelle comunicazioni.



Salute



Fare dichiarazioni o affermazioni di natura medica, curativa, terapeutica o sanitaria, espresse o implicite.

Dichiarare o affermare che l'Acqua Kangen® può curare, prevenire, ridurre o avere qualsiasi tipo di effetto terapeutico su qualsiasi malattia, disturbo o condizione medica.

Fare dichiarazioni o affermazioni affermando che l'acqua ha cambiato la tua salute in qualsiasi modo, ad es.:

- Uso della testimonianza
- Immagini dei presunti prima e dopo

Dichiarare o affermare che le nostre macchine sono dispositivi medici.



Salute



- Parlare dei dispositivi e delle loro differenze.
- Parlare delle diverse acque che il dispositivo può produrre.
- Parlare degli usi dell'acqua basati SOLO sui materiali forniti da Enagic®, ciò comprende:
 - Sito web aziendale
 - Brochure aziendali
- Parlare di come possedere un dispositivo può eliminare la necessità di acquistare plastica monouso, di come risulterà più economico a lungo termine e di come sia meglio per l'ambiente.
- Parlare dell'alta qualità dei dispositivi e della loro lunga durata.



PROCLAMI DI GUADAGNO

Questo è un argomento spesso utilizzato quando si desidera che qualcuno veda il potenziale di guadagno del piano compensi Enagic®



Pratiche di reclutamento ingannevoli

L'articolo 5 la Legge 173/2005 stabilisce il divieto alle forme di vendita piramidali e di giochi o catene, ossia quando l'incentivo economico principale è il reclutamento di altri soggetti invece della vendita di beni o servizi.

Quali sono le pratiche di reclutamento ingannevoli?

- Qualsiasi pubblicità che indichi soldi facili.
- La rappresentazione dell'azienda e/o del sistema di vendita come automatizzato
- Dichiarare che il distributore fornirà referenze e/o vendite, ad es.: “Entra nel mio team e ti aiuterò a ottenere 10mila euro in 60 giorni”.
- Garanzia di vendite e/o guadagni.
- Vendere un sistema che genererà vendite con uno sforzo minimo o nullo.



La compliance si applica al marketing diretto ed indiretto

Cos'è il marketing indiretto?

Qualsiasi marketing che ometta i marchi Enagic® ma alla fine venda i prodotti Enagic® è marketing indiretto

Nel caso in cui si faccia un'attività apparentemente differente, ma che nella sostanza vende prodotti Enagic® sarà necessario rispettare le politiche di conformità Enagic®.

La mancata divulgazione dei nomi o loghi di Enagic® non esonera dall'obbligo di conformarsi alle politiche aziendali.



Le dichiarazioni di reddito



- Fare dichiarazioni o rivendicazioni su importi specifici in € di bonus o commissioni guadagnate.
- Mostrare la prova dei guadagni (screenshot degli estratti conto bancari, copie degli assegni delle commissioni, ecc.)
- Fornire rappresentazioni dei volumi delle vendite effettuate
- Incoraggiare le persone a lasciare il lavoro.
- Fare dichiarazioni o affermazioni riguardo al guadagno di 4/5/6 cifre.
- Offrire o implicare garanzia di successo o reddito.
- Fare affermazioni riguardo al tempo necessario per raggiungere determinati gradi seguendo un determinato sistema.
- Utilizza immagini di yacht, aerei privati, auto di lusso, case o simili.
- Utilizza termini come reddito passivo, libertà finanziaria, potenziale di reddito illimitato.



- Festeggia i risultati ottenuti in classifica.
- Tieni presente che i risultati possono variare da persona a persona.
- Sii sincero
- Parla della compensazione Enagic® in modo fattuale.
- Utilizza termini non fuorvianti come orario flessibile, reddito supplementare, lavoro indipendente.



Post non conformi



Post conformi



**Trifecta, ecc: si tratta di strategie create
dai distributori e non di pacchetti offerti
da Enagic®**



'TRIFECTA'



'QUADZILLA'



Diligenza professionale

- Nel corso della conduzione dell'attività, il distributore dovrà tutelare e promuovere la reputazione di Enagic ed i suoi prodotti. Egli dovrà astenersi da qualsiasi comportamento che possa risultare dannoso per la reputazione della Società o per la commercializzazione dei prodotti o servizi o in contrasto con il pubblico interesse, e dovrà evitare qualsiasi comportamento o pratica scortese, ingannevole, fuorviante, disonesto o immorale. (Politiche e Pratiche di Enagic par. 4).
- Necessità di mantenere un comportamento corretto e rispettoso con gli altri distributori nel rispetto della persona e delle leggi.
- Non violare la privacy dei clienti e degli altri distributori.





Cosa possiamo dire dell'acqua Kangen®?





L'acqua Kangen® è ricca di minerali, tra cui Calcio, Potassio, Magnesio.



L'acqua Kangen® riduce notevolmente lo spreco di bottiglie di plastica.



Gli ionizzatori Kangen® Water® di Enagic® possono farti risparmiare denaro durante la vita del dispositivo.



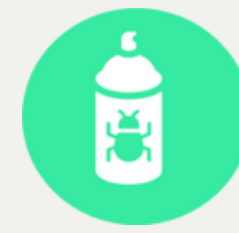
Kangen® Water® (acqua alcalina) fornisce un'idratazione potenziata.



L'acqua di bellezza ha lo stesso pH (5,5-6,5 pH) di molti tonici per la pelle.



L'uso dell'Acqua Kangen® Super Alcalina per pulire frutta e verdura ne migliora il gusto.



È stato dimostrato che l'acqua fortemente acida ha proprietà disinfettanti.



Segnala una violazione



Enagic Official Leadership
ACADEMY

- Dovere di segnalare violazioni della conformità, al fine di tutelare l'azienda e tutti i distributori.
- Incoraggiare una comunicazione aperta e trasparente.
- Ogni comunicazione con il dipartimento di compliance resterà strettamente privata.



INVIARE EMAIL A
compliance@enagiceu.com



Formazione e istruzione

- Coltivare una cultura di conformità
Formazione periodica per distributori.
- Formazione obbligatoria e completamente GRATUITA.
- Mantenersi informati sulle politiche e sulle migliori pratiche.



Mantenere la fiducia dei clienti

- La fiducia del cliente crea le fondamenta del nostro successo
- E' necessario aderire agli standard di conformità
- Edificare relazioni durature con la clientela



Utilizza gli
strumenti che
Enagic® fornisce
per un messaggio di
mercato unificato e
conforme



Sanzioni di Enagic® Europe



1° avvertimento > 1 mese di sospensione

2° avvertimento > 3 mesi di sospensione

3° avvertimento > sospensione a tempo indeterminato



CONCLUSIONI

- **La compliance è una responsabilità condivisa**
- **Dimostrare impegno verso pratiche etiche**
- **Garantire il successo a lungo termine di Enagic®**





Enagic Official Leadership
ACADEMY

