



Campagne d'incitation Positionnement d'affiliation Premium

I. Campagne d'incitation

Les Affiliés Premium, participants au pré-lancement, s'inscriront directement auprès de la société WTN Pay, positionnant leurs groupes directement ou indirectement liés à eux, c'est-à-dire en plus d'une génération, sans limite de profondeur ni nécessité de se conformer à une matrice fermée.

2. L'Affilié Premium qui atteint pour la première fois le nombre de 500 (cinq cents) Affiliés Premium actifs dans son groupe relationnel, conformément aux règles de configuration établies ci-dessous, sera considéré comme l'Affilié Premium Numéro 1 Mondial de WTN Pay, avec lequel un contrat de service sera formalisé pour les activités de marketing, de communication visuelle, de formation, entre autres, qui sont opportunes et nécessaires pour consolider les marchés ouverts ou en cours d'ouverture suite au programme d'expansion de WTN Pay.

3. Desp Après la fin de cette campagne, tous les autres affiliés Premium et leurs groupes seront repositionnés dans la première génération de cet affilié Premium numéro 1 mondial.

II. Règles de configuration pour la fin de cette campagne

4. Les affiliés Premium doivent respecter les règles suivantes pour valider le nombre d'affiliés Premium afin d'attribuer et d'identifier l'affilié Premium numéro 1 au monde.

II.1. Règle 1 - Minimum 10 affiliés Premium actifs

5. L'affilié Premium doit avoir un minimum de 10 affiliés Premium directement liés à lui (1ère génération).



II.2. Règle 2 – Aucune limite de profondeur

6. En observant la règle suivante, il n'y aura aucune limite de coupe en termes de profondeur, pouvoir compter les Affiliés Premium actifs dans la vingtième génération, par exemple.

II.3. Règle 3 – Volume maximum par ligne (VML)

7. Aucune ligne ne peut représenter plus de 20 % du total des affiliés Premium actifs appartenant au réseau d'affiliés Premium.

En pratique et pour les besoins de l'objectif défini dans cette campagne (500 Affiliés Premium actifs), aucune ligne ne peut avoir plus de 100 affiliés (20% de 500).

8. Par exemple, un affilié Premium peut atteindre l'objectif avec 10 lignes avec 50 affiliés Premium actifs dans chacune.

Une autre hypothèse est 5 lignes avec 80 affiliés Premium actifs et 5 autres lignes avec 20.

9. Autrement, s'il y avait, par exemple, 300 Affiliés Premium actifs sur une ligne donnée, seuls 100 seraient comptabilisés pour les besoins de cette campagne.

Dans cette configuration, l'affilié Premium doit avoir au moins 400 affiliés Premium actifs sur ses autres lignes (minimum de 9, selon la règle 1) pour atteindre l'objectif de cette campagne.

II.4. Règle D'OR : L'éthique dans la construction du groupe de relations.

10. C'est un fait que de nombreux Affiliés Premium pourraient fictivement construire leur réseau pour soumettre, par exemple, des frais, avec ou sans la condition d'inscription liée (entendue ainsi comme la condition de l'Affilié Premium qui paie la licence annuelle de l'Affilié Premium actif Affilié s'il amène un nombre "x" d'Affiliés Premium).

11. WTN Pay est conscient de la grande opportunité qu'il présente aux affiliés Vision Premium, de faire partie d'un concept d'économie moderne et partagée qui ne peut plus revenir en arrière : Cashback et distribution de bonus et d'avantages de parrainage.

De plus, nous sommes la seule plateforme d'achat, de paiement et de transfert qui propose des bonus récurrents, utilisant la technologie blockchain pour la sécurité des transactions.

12. De cette manière, **après avoir identifié les gagnants** (les trois premiers Affiliés Premium qui atteignent 500 Affiliés Premium actifs dans leur groupe, selon les règles précédentes) **un audit sera effectué pour vérifier toute preuve de tromperie dans la construction naturelle de la grille.**

13. L'identification d'attitudes considérées comme irrégulières par un comité de juges formé sous la direction du DIRECTEUR, entraînera la disqualification de l'affilié Premium respectif, qui perdra tous les droits liés à cette campagne.

III. Valeur et validité prolongée de l'adhésion Premium en Espagne pendant le pré-lancement

14. Lors du pré-lancement, la valeur de la licence annuelle liée à l'abonnement Premium sera réduite de **50 %** (cinquante pour cent), s'élevant à **€ 50** (cinquante euros), dont **€ 12.50** seront attribués (douze et cinquante euros). solde sur le compte numérique de l'affilié Premium.

15. Les Affiliés Premium qui activent leurs licences annuelles pendant la période de cette campagne obtiendront **12** (douze) mois supplémentaires de validité, à condition qu'ils maintiennent leur consommation personnelle mensuelle (CPM) pendant toute la période.

IV. RÈGLES DE LA CAMPAGNE PRÉ-LANCEMENT WTN PAY

IV.1. Campagne d'incitation

16. Cette campagne est développée par WTN Pay Administradora de Meios de Pagos e Benefícios Ltda. CNPJ : 08.097.783/0001-85 dont le siège social est situé Rua Cláudio Soares, 72 - Pinheiros, São Paulo, SP, Brésil, CEP : 05422-030, (« PRODUCTEUR ») et est exclusif aux nouveaux affiliés du système d'affiliation Premium WTN. Payer, bénéficiant sans distinction à tous ceux qui se conforment aux présentes dispositions, sans procéder à aucun type de tirage au sort.

IV.2. Objectif de la campagne

17. Le but de cette campagne est de récompenser les Affiliés Premium actifs de notre entreprise, principalement dans le but de:

- (i) identifier l'affilié premium numéro 1 mondial de WTN Pay,
- (ii) récompenser les gagnants, selon le sous-thème suivant, et
- (iii) élargir notre base d'affiliés Premium actifs.

IV.3. Prix

18. Les trois premiers Affiliés Premium qui atteignent le nombre de 500 (cinq cents) Affiliés Premium actifs dans leur groupe relationnel, selon les règles de configuration définies dans le Thème II, seront récompensés avec les montants identifiés ci-dessous:

- Premier prix (en plus de la position d'Affilié Premium Numéro 1 Mondial dans WTN Pay et du droit de signer le contrat de prestation de service, mentionné au paragraphe 2

€ **40.000** (quarante mille euros) au premier Affilié Premium qui atteint l'objectif ;

€ **30.000** (trente mille euros) au deuxième Affilié Premium qui atteint l'objectif ;

€ **20.000** (vingt mille euros) au troisième affilié Premium qui atteint l'objectif.

IV.4. Formulaire de litige

19. Cette campagne s'adresse aux affiliés Premium actifs participant au système d'affiliation WTN Pay Premium, pendant la période de pré-lancement et jusqu'à sa fin.

19.1. La fin de cette campagne sera envisagée lorsque les 10 000 (dix mille) Affiliés Premium actifs seront atteints.

Pour les besoins de cette Campagne, les prix ne seront attribués que si le ou les affiliés parviennent à atteindre ou dépasser l'objectif de 500 (cinq cents) Affiliés Premium actifs dans leur groupe relationnel, conformément aux règles définies précédemment.

19.2. Si aucun Affilié Premium n'a atteint l'objectif, à la discrétion du DIRECTEUR, la campagne peut être prolongée jusqu'à ce que 1 à 3 leaders réussissent, afin d'identifier l'Affilié Premium Numéro 1 Mondial de WTN Pay.

19.3. Le PROFILEUR, après avoir atteint le nombre d'Affiliés Premium actifs (défini au paragraphe 19.1), peut, à sa discrétion, considérer l'Affilié Premium le mieux classé comme l'Affilié Premium Numéro 1 Mondial de WTN Pay, en observant pour la comptabilisation de ses actifs d'Affiliés Premium le VML de 100 (règle 2). Dans ce cas, les prix seront versés aux trois premiers au prorata du volume réalisé.

19.4. Si la situation décrite ci-dessus se produit, par exemple, si l'Affilié Premium numéro 2 du RANG avait 300 Affiliés Premium actifs dans son groupe, sa prime (Deuxième PRIX) serait ajustée proportionnellement à **€ 24.000** (vingt quatre mille euros), pour avoir atteint **60%** de l'objectif initialement convenu dans cette campagne.

IV.5. Période de campagne

20. Période de campagne : accessions réalisées dans la période du **1er août 2024** jusqu'à atteindre l'une des hypothèses prévues aux articles 19.1 à 19.3 ci-dessus.

IV.6. Conditions générales

21. Toute information fautive ou mensongère dans les données des participants lors de leur inscription exemptera le PRESTATAIRE de toute responsabilité civile ou autre, et le Participant sera disqualifié, comme prévu au paragraphe 29 ci-dessous.

22. En participant à cette Campagne et en recevant leurs prix, les Participants acceptent automatiquement tous les termes et conditions du présent Règlement.

23. Cession des droits à l'image, au nom et à la voix, en participant à cette Campagne, aux termes du présent Règlement, les Participants autoriseront automatiquement l'utilisation, par le DIRECTEUR, de leur image, nom et voix, pour une durée de 12 (douze) mois, ainsi que les droits de les afficher, publier, reproduire, stocker et/ou utiliser de toute autre manière, que les Participants rendent expressément irrévocable et irréversible, conformément à la loi, à titre gratuit et sans aucune rémunération, privilèges ou frais, et ces droits peuvent être exercés au moyen d'affiches, de films et de publicités, de jingles et de vignettes, ainsi que dans tout type de média et d'éléments promotionnels, y compris la télévision, la radio, la presse, les affiches, les bannières, les panneaux d'affichage, le publipostage et sur le Internet, pour la large diffusion de cette Campagne et/ou son développement ultérieur, exclusivement et sans ladite autorisation signifiant, impliquant ou entraînant une quelconque obligation de paiement, en acceptant également de souscrire les reçus et instruments à cet égard et à cette fin, à condition de demander le société organisatrice de la Campagne.

24. Le Participant accepte qu'en recevant le prix et en l'acceptant, il exclut le droit du PRODUCTEUR de réclamer des réclamations, et s'engage à indemniser celui-ci et/ou toute société impliquée dans cette Campagne, ses sociétés affiliées, filiales, filiales et sociétés affiliées, y compris leurs employés, représentants, prestataires de services respectifs ou toute autre personne ou organisation impliquée directement ou indirectement dans cette Campagne de toute réclamation administrative ou action en justice découlant de votre Participation ou en raison de la réception et de l'utilisation de tout prix.

25. Cette Campagne d'Incentive ne génère aucun lien entre les Participants et le DIRECTEUR, et toute réclamation entre eux dans l'accomplissement de leurs obligations est exclue.

26. Les prix de cette Campagne:

(i) en aucun cas, ils ne pourront être qualifiés de rémunération, de prime ou d'augmentation de salaire de quelque nature que ce soit;

(ii) sera accordé aux Participants sélectionnés à titre personnel et incessible.

27. Les images utilisées dans les supports de communication et sur le site Web de cette campagne sont simplement des images illustratives.

28. Le DIRECTEUR n'est pas responsable des inscriptions, participations ou accès qui

ne sont pas effectués en raison de défaillances techniques, telles que, mais sans s'y limiter, des problèmes de serveur, de transmission de données, de lignes téléphoniques, de fournisseurs d'accès, de manque de lumière ou toute autre raison. cela constitue un cas de force majeure.

29. En cas de fraude ou de tentative de fraude avérée, le Participant sera automatiquement exclu de la Campagne, indépendamment de l'envoi ou non d'une notification.

Aux fins de cette clause, la participation par l'enregistrement d'informations incorrectes ou fausses, ainsi que toute tentative de violation des conditions établies du concours, est considérée comme une fraude.

30. Les cas non couverts par le présent Règlement ou les doutes soulevés par les Participants seront résolus par un comité de juges formé sous la direction du DIRECTEUR, qui déterminera irrévocablement la solution au cas ou répondra à la question soulevée.

IV.7. Conditions spéciales

31. Seuls les Participants restant dans le réseau PROFILER pendant la durée de validité de cette Campagne auront droit aux prix.

32. Les participants qui, au cours de la Campagne, ne sont pas éligibles perdent automatiquement leur droit au prix de la Campagne.

IV.8. Territoire et doutes.

33. Cette campagne sera menée dans tous les pays participant au lancement.

34. Pour clarifier les doutes, les participants peuvent envoyer un message à: support@wtnpay.com

Dernière révision le 15 avril 2024

© 2006/2024 WTN Pay France. Tous droits réservés.