

Titolo documento (PDF): Regolamento Programma Brand – Exclusive Prams

Versione: 1.0

Data di entrata in vigore: 04/03/2026

Documento destinato alla pubblicazione e/o consultazione da parte di Produttori e Distributori (“Brand Partners”).

Articolo 1 - Parti

1.1 Il presente Regolamento disciplina la partecipazione al Programma “Exclusive Prams Brand” (di seguito: “Programma”).

1.2 Il Programma è gestito da:

Exclusive Prams Mateusz Wawrzonkiewicz

ul. Diamentowa 6/9, 26-001 Dąbrowa, Polonia

NIP: 6252268610, REGON: 240849502

E-mail: office.exclusiveprams@gmail.com

Sito: www.exclusiveprams.com

(di seguito: “Operatore”).

1.3 Il soggetto ammesso al Programma (produttore o distributore) è denominato “Brand Partner”.

Articolo 2 - Definizioni

2.1 “Piattaforma”: il sito www.exclusiveprams.com e i relativi moduli/servizi.

2.2 “Brand”: marchio commerciale del Brand Partner.

2.3 “Prodotti”: prodotti del Brand Partner (es. passeggini, seggiolini 0-13 kg, accessori).

2.4 “Canali”: marketplace e canali pubblicitari gestiti/attivati nell’ambito del Programma (es. Amazon, eBay, Allegro, eMAG, Google Ads, Meta Ads o altri).

2.5 “Master SKU”: dataset centrale e canonical dei prodotti (EAN/GTIN, varianti, attributi, documentazione, manuali, certificazioni, materiali).

2.6 “VERINEX™”: layer proprietario di verifica, scoring e controllo qualità (ranking, budget, routing, compliance).

2.7 “Materiali”: contenuti e dati forniti dal Brand Partner (immagini, video, manuali, certificazioni, listini, attributi, MAP/MSRP ove applicabile).

Articolo 3 - Oggetto del Programma

3.1 Il Programma consente al Brand Partner di beneficiare di un sistema integrato di crescita su canali digitali, includendo, a titolo esemplificativo:

- a) creazione/ottimizzazione presentazione prodotto e brand (Brand Hub, contenuti, standard premium);
- b) listing engineering (SEO marketplace + conversion);
- c) gestione multi-canale (attivazione e ottimizzazione Canali);
- d) performance marketing (ads);
- e) reporting KPI;

f) controllo qualità e compliance tramite VERINEX™.

3.2 Il Programma è finalizzato a garantire coerenza premium e scalabilità internazionale, subordinata a KPI di qualità (resi, danni, reclami, SLA, disponibilità stock).

Articolo 4 - Natura giuridica del rapporto

4.1 Il rapporto tra le Parti è esclusivamente commerciale (B2B).

4.2 Il presente Regolamento non costituisce né può essere interpretato come: rapporto di lavoro, agenzia, mandato con rappresentanza stabile, franchising, joint venture o società tra le Parti.

4.3 Il Brand Partner opera in piena autonomia imprenditoriale e assume ogni rischio economico connesso alla propria attività, salvo quanto espressamente previsto nel presente Regolamento e negli Allegati.

Articolo 5 - Selezione e ammissione (Modello selettivo)

5.1 L'adesione al Programma è subordinata a valutazione discrezionale dell'Operatore.

5.2 L'Operatore può rifiutare l'ammissione o revocare l'accesso senza obbligo di motivazione dettagliata.

5.3 Il Programma può essere limitato per area geografica, categoria prodotto, requisiti normativi/qualitativi o criteri reputazionali.

Articolo 6 - Requisiti di conformità (Quality Admission System)

6.1 Il Brand Partner garantisce che i Prodotti:

- a) rispettano le normative UE applicabili, incluse, ove pertinenti, EN1888, R129 e successive;
- b) sono conformi agli standard di sicurezza e qualità dichiarati;
- c) non violano diritti di terzi (marchi, brevetti, design, copyright);
- d) non sono supportati da pratiche commerciali ingannevoli, recensioni artificiali o claim non verificabili;
- e) non compromettono la reputazione del sistema.

6.2 L'Operatore può sospendere o escludere Prodotti non conformi o materiali incompleti/ingannevoli.

6.3 Il Brand Partner si impegna a fornire tempestivamente documentazione e prove di conformità ove richiesto.

Articolo 7 - Materiali, Master SKU e governance dei dati

7.1 Il Brand Partner fornisce Materiali completi e aggiornati necessari per Master SKU e listing engineering.

7.2 Il Brand Partner è responsabile della veridicità e correttezza dei Materiali e dei dati tecnici.

7.3 L'Operatore può standardizzare e adattare i Materiali per motivi tecnici (formati, localizzazione linguistica, requisiti di canale), mantenendo coerenza premium.

7.4 L'Operatore applica versioning/audit del Master SKU (tracciabilità delle modifiche) per garantire integrità e controllabilità del sistema.

Articolo 8 - Ruolo dell'Operatore, Canali e limitazioni

8.1 L'Operatore gestisce l'esecuzione tecnica e operativa del Programma sui Canali selezionati secondo strategia e KPI.

8.2 L'Operatore non garantisce risultati specifici (es. volumi di vendita), poiché i risultati dipendono da variabili di mercato, concorrenza, stock, prezzi, qualità e conversion.

8.3 Il Brand Partner accetta che la scala possa essere ridotta o temporaneamente sospesa qualora i KPI di qualità peggiorino (Quality Gate).

Articolo 9 - VERINEX™: scoring, qualità e decisioni operative

9.1 Il Brand Partner prende atto che VERINEX™ può influenzare:

- a) priorità dei prodotti e dei mercati;
- b) allocazione budget pubblicitario;
- c) routing e scelte operative correlate a qualità e disponibilità;
- d) enforcement di compliance premium.

9.2 VERINEX™ utilizza segnali quali: disponibilità stock, OOS rate, SLA, tracking ≤24h, resi, danni, reclami, CVR/CTR e qualità dati SKU.

9.3 L'Operatore può applicare downgrade, sospensione temporanea o esclusione di SKU/canali in caso di deterioramento dei KPI o non conformità.

Articolo 10 - Politica prezzi (MAP/MSRP) e posizionamento premium

10.1 Ove applicabile, il Brand Partner può comunicare MSRP/MAP e regole di posizionamento premium.

10.2 Il Brand Partner riconosce che la coerenza prezzo/posizionamento è elemento essenziale per il valore del brand.

10.3 Eventuali regole prezzo e condizioni di applicazione saranno definite nell'Allegato A (Condizioni Economiche e Regole Commerciali), nel rispetto della normativa applicabile e delle pratiche corrette di mercato.

Articolo 11 - Marketing e trasparenza

11.1 Se nel Programma sono previste attività di influencer marketing o contenuti sponsorizzati, l'Operatore e/o i soggetti coinvolti devono indicare chiaramente la natura commerciale della comunicazione (es. #pubblicità, #ad), conformemente alle normative applicabili.

11.2 Il Brand Partner si impegna a non richiedere claim ingannevoli o non verificabili.

Articolo 12 - Proprietà intellettuale, utilizzo marchio e contenuti

12.1 Marchi, sistemi e moduli tecnologici dell'Operatore (inclusi VERINEX™, ranking/routing engine, framework e documentazione) sono di esclusiva proprietà dell'Operatore.

12.2 Il Brand Partner mantiene la titolarità del proprio marchio e contenuti, salvo licenza limitata concessa all'Operatore ai fini dell'esecuzione del Programma.

12.3 Il Brand Partner concede all'Operatore una licenza non esclusiva, territoriale e temporanea, per usare marchi e contenuti per: pagine brand, listing, campagne marketing e materiali correlati al Programma.

12.4 Il Brand Partner garantisce di avere diritti necessari per concedere tale licenza.

Articolo 13 - Dati personali e GDPR

13.1 Le Parti agiscono quali titolari autonomi ai sensi del GDPR, salvo diversi accordi specifici.

13.2 Il Brand Partner garantisce il rispetto del GDPR e delle normative applicabili per i dati gestiti nella propria sfera.

13.3 Il trattamento dei dati da parte dell'Operatore avviene secondo Privacy Policy del sito.

Articolo 14 - Modello economico e pagamenti

14.1 Le condizioni economiche (fee, pacchetti, eventuale revenue share, budget advertising, condizioni operative) sono definite separatamente nell'Allegato A o in accordo commerciale separato.

14.2 In assenza di Allegato A sottoscritto/approvato, l'Operatore non è tenuto ad attivare Canali o campagne.

Articolo 15 - Durata, recesso e sospensione

15.1 Il rapporto ha durata indeterminata, salvo diverso accordo scritto.

15.2 Ciascuna Parte può recedere con preavviso di 30 giorni, salvo diversa previsione nell'Allegato A.

15.3 È fatta salva la risoluzione immediata in caso di grave violazione (es. non conformità, uso improprio dati, violazione IP, pratiche ingannevoli).

15.4 L'Operatore può sospendere temporaneamente l'esecuzione per motivi di qualità, compliance o rischio reputazionale.

Articolo 16 - Limitazione di responsabilità

16.1 L'Operatore non è responsabile per: decisioni di marketplace, variazioni algoritmiche, sospensioni account non imputabili all'Operatore, eventi di forza maggiore, scelte commerciali del Brand Partner.

16.2 In ogni caso, la responsabilità massima dell'Operatore non potrà eccedere l'importo totale delle fee corrisposte dal Brand Partner nei tre (3) mesi precedenti l'evento contestato, salvo norme imperative.

Articolo 17 - Indennizzo

17.1 Il Brand Partner si impegna a manlevare e tenere indenne l'Operatore da richieste, sanzioni o danni derivanti da:

- a) violazioni normative e non conformità prodotto;
- b) violazione diritti di terzi;
- c) claim ingannevoli o dichiarazioni non veritiere;
- d) materiale fornito privo dei necessari diritti;
- e) uso improprio dei dati.

Articolo 18 - Roadmap tecnologica: VERINEX Ledger™ e tokenizzazione (fase futura)

18.1 Dopo validazione operativa su più mercati, l'Operatore può introdurre una struttura di audit crittografico ("VERINEX Ledger™") basata su registrazione di proofs (hash/firme) per integrità dati e auditabilità.

18.2 La tokenizzazione, ove prevista, sarà oggetto di documentazione legale separata e implementata esclusivamente nel rispetto delle normative applicabili.

18.3 Il presente articolo non costituisce offerta al pubblico, sollecitazione all'investimento né promessa di emissione token.

Articolo 19 - Riservatezza

19.1 Il Brand Partner si impegna a non divulgare informazioni economiche, operative e tecniche del Sistema e di VERINEX™.

Articolo 20 - Modifiche del Programma

20.1 L'Operatore può modificare o terminare il Programma in qualsiasi momento.

20.2 Le modifiche saranno comunicate tramite aggiornamento del Regolamento e/o comunicazione ai Brand Partner.

Articolo 21 - Legge applicabile e foro competente

21.1 Il presente Regolamento è disciplinato dalla legge polacca, fatta salva l'applicazione delle disposizioni imperative del Paese di residenza del consumatore ove applicabili.

21.2 Per ogni controversia tra Operatore e Brand Partner è competente in via esclusiva il foro polacco.

Documento destinato alla pubblicazione e/o alla consultazione da parte dei Partner. Versione: 1.0