

REGULAMENTUL OFICIAL AL CAMPANIEI PUBLICITARE
(denumita in continuare "campanie")

"STICLA CU REPORT!"

CAPITOLUL 1. ORGANIZATORUL CAMPANIEI

1.1.Organizatorul **campaniei "STICLA CU REPORT!"** este **SC UNITED EURO DISTRIBUTIONS SRL** cu sediul in Bucuresti, str. Pecetei nr. 7-9, Bl. 2 Pajura, Sector 1, Bucuresti, inregistrata la Registrul Comertului sub nr. J40/4669/1999, Cod de inregistrare fiscala (C.I.F) RO 11772189, cu numar de notificare la A.N.S.P.D.C.P 12457, (numita in prezentul regulament **"Organizatorul"**).

1.2.Organizatorul colaboreaza in vederea derularii in conditii optime a prezentei campanii cu urmatoarele societati:

- **SC MARKETING CLAN SRL**, cu sediul in Corbeanca, str. Sperantei nr. 21A, Ilfov, având numărul de înregistrare în Registrul Comerțului J 23/3891/17.12.08, cod unic de înregistrare/CIF RO 21167410, denumit in continuare « **agent de marketing** » care va avea atributii in organizarea prezentei campanii, de exemplu : organizarea extragerilor, verificarea ambalajului promotional in vederea validarii fizice a unui castigator, etc

precum si

- **SC SYSCOM DIGITAL SRL**, cu sediul in Bucuresti, Calea Plevnei 139B, sector 6, inregistrata la Oficiul Registrul Comertului sub nr. J40/9256/2009, CIF RO 25946293 cu numar de notificare la A.N.S.P.D.C.P 12320, denumita in continuare **"Agentia"** care va opera si gestiona baza de date a Organizatorului, va derula mecanismul din cadrul campaniei, va pune la dispozitie infoline-ul campaniei, etc.

1.3.Campania se va derula sub prevederile prezentului regulament care este obligatoriu pentru toti participantii. Organizatorul isi rezerva dreptul de a modifica prezentul regulament sau de a prelungi perioada Campaniei pe parcursul derularii acesteia, dar nu inainte de a anunta participantii, prin intermediul paginii de internet www.sticlacureport.ro.

1.4.Detalii despre prezenta Campanie se pot gasi: pe (i) pagina de internet www.sticlacureport.ro,(ii) la numarul de telefon (infoline) **021.528.88.88** care va functiona in perioada 01.03.2010-30.05.2010, de luni pana vineri intre orele 10.00 – 19.00, numar cu tarif normal, exclusiv sărbătorile legale, pe întreaga durată a Campaniei.

1.5.Regulamentul de participare/desfășurare al Campaniei "STICLA CU REPORT" este disponibil in mod gratuit oricarui solicitant si poate fi vizualizat pe (i) pagina de internet **www.sticlacureport.ro** sau (ii) poate fi obtinut, la cerere, scriind la adresa: Bucuresti, str. Pecetei nr. 7-9, bloc 2 Pajura, sector 1 sau (iii) sunand la numarul de telefon (infoline) mai sus identificat.

1.6.Participantii la Campanie sunt obligati sa respecte termenii si conditiile regulamentului oficial al Campaniei, potrivit celor mentionate mai jos (denumit in continuare "Regulament Oficial").

CAPITOLUL 2. PERIOADA DE DESFASURARE A CAMPANIEI "STICLA CU REPORT!"

2.1. Campania se desfasoara in perioada: 1 martie 2010 ora 00:00 – 30 mai 2010 ora 21:59:59.

2.2. Perioada de inscriere a codurilor unice in prezenta Campanie este 1 martie 2010 ora 00:00 pana in data de 30 mai 2010 ora 21:59:59, inclusiv.

2.3. Prima extragere are loc in data de 05 martie 2010 (extragerea va avea ca obiect toate codurile unice inscrise in perioada 01 martie 2010, ora 00:00 – 05 martie 2010 ora 21:59:59) si ultima extragere din campanie va avea loc in data de 30 mai 2010 (extragerea va avea ca obiect toate codurile unice inscrise in perioada 27 mai 2010, ora 22:00 – 30 mai 2010 ora 21:59:59).

CAPITOLUL 3. ZONA DE DESFASURARE A CAMPANIEI

3.1. Campania este organizata si se va desfasura pe intreg teritoriul Romaniei. Premiile se livreaza exclusiv pe teritoriul Romaniei.

CAPITOLUL 4. MARCILE SI PRODUSELE PARTICIPANTE

4.1. In cadrul prezentei Campanii produsele participante sunt din categoria:

- 4.1.1. "vinuri";
- 4.1.2. "bauturi alcoolice" ;
- 4.1.3. "apa minerala".

Marcile produselor participante in cadrul Campaniei sunt:

4.1.1. Marcile pentru categoria de produse "Vinuri":

NR CRT	GAMA	SOI	Capacitate
	CONU ALECU		
1	CONU ALECU	MERLOT	0.75L
2	CONU ALECU	MERLOT ROZE	0.75L
3	CONU ALECU	MUSCAT OTTONEL	0.75L
4	CONU ALECU	SAUVIGNON BLANC	0.75L
	LACRIMA LUI OVIDIU		
5	LACRIMA LUI OVIDIU	5 ANI ALB	0.75L
6	LACRIMA LUI OVIDIU	5 ANI ALB	0.5L
7	LACRIMA LUI OVIDIU	5 ANI ROSU	0.75L
8	LACRIMA LUI OVIDIU	5 ANI ROSU	0.5L
	MUGUR DE VITA		
9	MUGUR DE VITA	CHARDONNAY	0.75L
10	MUGUR DE VITA	MERLOT	0.75L
11	MUGUR DE VITA	MUSCAT OTTONEL	0.75L
12	MUGUR DE VITA	PINOT GRIS	0.75L
	PREMIAT		
13	PREMIAT	CUPAJ	0.75L
14	PREMIAT	RIESLING SEC	0.75L
16	PREMIAT ETICHETA NEAGRA	RIESLING	0.75L, 1.5L
17	PREMIAT ETICHETA NEAGRA	MERLOT&CABERNET SAUVIGNON	0.75L
	RAI DE MURFATLAR		
18	RAI DE MURFATLAR	ALB	0.75L
19	RAI DE MURFATLAR	ROSU	0.75L
20	RAI DE MURFATLAR	ROZE	0.75L
	SEC DE MURFATLAR		
21	SEC DE MURFATLAR	CABERNET SAUVIGNON	0.75L
22	SEC DE MURFATLAR	SAUVIGNON BLANC	0.75L
	ZESTREA ALB		
23	ZESTREA	CHARDONNAY	0.75L
25	ZESTREA	MUSCAT OTTONEL	0.75L, 1.5L
26	ZESTREA	PINOT GRIS	0.75L
	ZESTREA ROSU		
28	ZESTREA	CABERNET SAUVIGNON	0.75L, 1.5L
29	ZESTREA	FETEASCA NEAGRA	0.75L
30	ZESTREA	MERLOT	0.75L
32	ZESTREA	PINOT NOIR&MERLOT	0.75L, 1.5L
	BABANU		
33	BABANU	ALB DEMISEC	2L, 2.5L
34	BABANU	ROSU DEMISEC	2L, 2.5L
35	BABANU	ALB DEMIDULCE	2L, 2.5L
36	BABANU	ROSU DEMIDUCLE	2L, 2.5L
37	BABANU	ALB	3L
38	BABANU	ROSU	3L

4.1.2. Marcile pentru categoria de produse "Bauturi alcoolice":

NR CRT	CATEGORIE	BRAND	Capacitate
	UNIREA		
39	UNIREA	BRANDY	0.2L
40	UNIREA	BRANDY	0.35L
41	UNIREA	BRANDY	0.5L
42	UNIREA	BRANDY	0.7L
43	UNIREA	BRANDY	1L
44	UNIREA	BRANDY	2L
	SANKT PETERSBURG		
45	SANKT PETERSBURG	VODKA	0.2L
46	SANKT PETERSBURG	VODKA	0.5L
47	SANKT PETERSBURG	VODKA	0.7L
48	SANKT PETERSBURG	VODKA	1L
49	SANKT PETERSBURG	VODKA	2L

4.1.3. Marcile pentru categoria de produse „Apa minerala”

NR CRT	CATEGORIE	BRAND	Capacitate
51	BIBORTENI FORTE	APA MINERALA	6 X1.5L, 12 X0.5L
53	BIBORTENI ECHILIBRATA	APA MINERALA	6 X1.5L, 12 X0.5L
55	BIBORTENI LEJERA	APA MINERALA	6 X1.5L, 12 X0.5L

toate denumite in continuare "**PRODUSE PROMOTIONALE**".

IMPORTANT: Luand in considerare faptul ca, in piata se pot regasi stocuri din produsele identificate in tabelul de la pct. 4.1.1, 4.1.2 si pct. 4.1.3, **pentru identificarea produselor participante la prezenta campanie**, Organizatorul, personal sau prin intermediari, a aplicat un stiker de culoare portocaliu cu galben pe care este mentionata denumirea campaniei, si anume „Sticla cu report” pe care se regaseste mentiunea „deschide aici”. In spatele acestui stiker se regaseste mecanismul prezenti campanii si codul unic de campanie.

De asemenea, in cadrul prezentei campanii vor participa si produsele identificate in tabelul de la 4.1.1 si 4.1.2 ce au facut obiectul promotiei „Sticla de 1.000.000 de ron”, campanie ce nu mai este in derulare la momentul activarii prezentei campanii. Aceste sticle au acelasi stiker de culoare portocaliu, dar, pe care este mentionata denumirea campaniei anterioare, si anume „Sticla de 1.000.000 de ron”.

Organizatorul si societatile participante in vederea derularii prezentei campanii **nu isi asuma responsabilitatea** pentru dezlipirea stikerului de identificare a campaniei aferente produselor promotionale.

Sticlele din categoria de produse promotionale identificate in tabelul de la pct. 4.1.1, 4.1.2 si pct. 4.1.3 **ce se regasesc in piata fara a detine stikerul promotional al campaniei „Sticla cu Report”** si sticlele din categoria de produse identificate in tabelul de la pct. 4.1.1 si 4.1.2 ce se regasesc in piata **fara a detine stikerul promotional al campaniei „Sticla de 1.000.000 de ron” NU participa la prezenta campanie.**

De asemenea, NU participa la prezenta campanie, codurile unice de campanie deja introduse in cadrul campaniei „Sticla de 1.000.000 de ron”, chiar daca posesorul acestui cod detine, in continuare, ambalajul promotional.

CAPITOLUL 5. DREPTUL DE PARTICIPARE

5.1. Campania "**STICLA CU REPORT!**" este deschisa tuturor persoanelor fizice, cu domiciliul stabil in Romania, avand varsta de minim 18 ani la inregistrarea in cadrul Campaniei, conform prezentului Regulament Oficial.

5.2. Nu pot participa la prezenta Campanie angajatii organizatorului si ai societatilor implicate (SC United Euro Distributions SRL, SC Marketing Clan SRL, SC Syscom Digital SRL, SC Murfatlar Romania SA, SC Euroavipo Grup SA, SC Biborteni SRL, precum si membrii familiilor acestora copii, parinti,

frati/surori, sot/sotie, precum si distribuitorii autorizati ai organizatorului si operatoul logistic al organizatorului).

5.3. Daca sunt identificate, in termen de 2 luni de la data incetarii prezentei Campanii, persoane care au influentat sau care au facilitat castigarea de premii, Organizatorul are dreptul de a cere restituirea premiilor astfel castigate si de a urmari in instanta respectivele persoane pentru recuperarea prejudiciilor cauzate.

5.4. O persoana se poate inscrie in aceasta campanie de mai multe ori, tinand cont de dispozitiile pct. 7.3.2, de fiecare data cu cate un alt cod unic valid de campanie.

5.5. Orice incercare de fraudare se soldeaza cu eliminarea definitiva a participantului in cauza, acesta urmand a fi informat telefonic (numar de telefon cu care s-a inscris in cadrul Campaniei, indiferent de modalitatea de participare: SMS, infoline, pagina de internet) cu privire la aceasta decizie.

CAPITOLUL 6. PREMIILE CAMPANIEI

6.1. Premiile din cadrul prezentei Campanii constau in urmatoarele:

6.1.1 PREMIU ZILNIC GARANTAT.

Valoarea acestui premiu este de 5.000 Euro, valoare bruta.

Acest premiu se acorda zilnic, prin extragere, incepand cu prima extragere ce va avea loc in data de 05 martie 2010, cu conditia respectarii intocmai a prezentului Regulament de catre participantul al carui cod unic a fost extras.

NOTA: PREMIUL ZILNIC GARANTAT NU SE RAPORTEAZA IN NICIO SITUATIE!

6.1.2 PREMIU REPORT.

Suma alocata zilnic de catre organizator pentru fiecare extragere in vederea realizarii premiului report este de 5.000 Euro, valoare bruta.

In situatia in care un participant al carui cod unic de campanie a fost desemnat castigator s-a inscris in campanie si cu un alt cod unic de campanie, validat de agentie ca fiind corect inscris, in intervalul de extragere imediat anterior celui pentru care a fost desemnat castigator, acesta primeste, pe langa premiul zilnic garantat in suma de 5.000 euro, valoare bruta si premiul report constand (i) fie in suma de 5.000 euro, valoare bruta, caz in care, acesta va castiga, in total, suma de 10.000 euro, valoare bruta (premiu zilnic garantat + premiu report), (ii) fie o suma in multiplu de 5.000 euro, valoare bruta, in functie de extragerile anterioare pentru care nu s-a castigat premiul report alocat zilnic de catre organizator.

Exemplu. Participantul al carui cod unic de campanie este extras si desemnat castigator al tragerii efectuate la data de 09 martie 2010 va castiga:

a). premiul zilnic garantat in suma de 5.000 euro, valoare bruta;

si

b). premiul report in suma de 5.000 euro, valoare bruta, cu conditia inscrierii de catre acesta si a unui alt cod de campanie, in intervalul de extragere imediat anterior celui pentru care a fost desemnat castigator, mai exact in intervalul 05 martie 2010 ora 22:00 – 08 martie 2010 ora 21:59:59. Din exemplul mai sus indicat, premiul castigatorului extras in data de 09 martie 2010 poate fi de: (i) 5.000 euro, valoare bruta reprezentand premiul zilnic garantat (*conditia de la lit. b nu a fost indeplinita*) sau (ii) 10.000 euro, valoare bruta reprezentand premiul zilnic garantat la care se adauga si valoarea reportului la data de 09 martie 2010 (*conditia de la lit b fiind indeplinita*).

In situatia exemplului mai sus aratat, daca participantul nu indeplineste si conditia de la lit. b, premiul report pentru extragerea din data de 10 martie 2010 este de 10.000 euro, valoare bruta, la care se adauga premiul zilnic garantat de 5.000 euro, valoare bruta, premiul total pentru extragerea din data de 10 martie 2010 fiind de 15.000 euro, valoare bruta.

Nota: Intervalul de extragere anterior reprezinta ultima extragere efectuata de organizator inaintea celei pentru care participantul a fost desemnat castigator

Pentru a se acorda premiul report, codul unic de campanie **TREBUIE** sa indeplineasca cumulativ urmatoarele conditii:

- ✓ Sa fie inscris de participant in intervalul de extragere imediat anterior celui pentru care este desemnat castigator al premiului zilnic garantat ,
- ✓ sa fie inscris de pe/cu acelasi numar de telefon de pe care s-a inscris codul unic de campanie desemnat castigator al premiului zilnic garantat

In situatia in care un participant al carui cod unic de campanie a fost desemnat castigator al premiului zilnic garantat nu s-a inscris in campanie, de pe si/sau cu acelasi numar de telefon, si cu un alt cod unic in intervalul imediat anterior extragerii pentru care a fost desemnat castigator zilnic, acesta nu va fi indreptatit sa primeasca premiul report, inasa va fi desemnat castigator al premiului zilnic garantat in suma de 5.000 euro, valoare bruta. In aceasta situatie valoarea premiului report va creste cu inca 5.000 euro, valoare bruta.

In situatia in care un castigator zilnic nu indeplineste conditiile prezentului regulament privind atribuirea premiului report conform art 6.1.2, acest premiu se reporteaza pentru extragerea urmatoare, situatie in care, la premiul report de 5.000 euro, valoare bruta aferente urmatoarei extrageri se adauga si reportul care nu a fost atribuit in cadrul extragerii anterioare.

In consecinta, valoarea premiului report poate creste de la un interval de extragere la altul cu cate 5.000 de euro, valoare bruta, daca in cadrul oricarei extrageri, conform regulamentului oficial al campaniei, premiul report nu a fost atribuit.

Nota: Premiul report **nu exista** pentru prima extragere din cadrul prezentei campanii. In acest sens, primul castigator al prezentei campanii va castiga **NUMAI** premiul zilnic garantat in suma de 5.000 euro, valoare bruta.

IMPORTANT: Indiferent de numarul de coduri unice cu care un participant, desemnat castigator in urma unei extrageri, s-a inscris si in intervalul imediat anterior celui pentru care a fost desemnat castigator, acesta va fi validat drept castigator al premiului report numai pentru inscrierea de pe/cu acelasi numar de telefon a unui singur cod unic de campanie in respectivul interval.

6.2 La prima extragere din cadrul prezentei campanii nu exista categoria de premiu, denumit premiul report.

6.3. Acordarea fiecarui premiu se va efectua exclusiv in termenii prezentului Regulament Oficial. Organizatorul suporta valoarea bruta a premiilor acordate, valoare care include, pe langa valoarea neta declarata a premiilor si impozitul asupra veniturilor din premii, calculat si retinut la sursa conform art. 75-77 din Codul Fiscal. Valoarea neta a premiilor acordate in prezenta campanie reprezinta valoarea bruta minus impozitul aferent, calculat si retinut la sursa de organizator. Valoarea neta reprezinta suma ce va fi transferata in contul indicat de participantul-castigator, in timp ce impozitul retinut se va achita de catre organizator la bugetul statului conform Codului Fiscal.

CAPITOLUL 7. MECANISMUL CAMPANIEI

7.1. DATE GENERALE.

Produsele promotionale vor cuprinde un cod alfanumeric de 11 (unsprezece) caractere, de forma LLCCCCCCCC, unde L = litera si C = cifra, denumit in continuare „**cod unic de campanie**”.

Codul unic de campanie se regaseste atat pe produsele promotionale marcate cu denumirea prezentei campanii „Sticla cu report”, cat si pe produsele promotionale marcate cu denumirea campaniei „Sticla de 1.000.000 RON”, in urmatoarele zone:

7.1.1 Pe produsele mentionate in tabelul 4.1.1, 4.1.2 si 4.1.3 marcate cu denumirea prezentei campanii, respectiv „**Sticla cu Report**”

- **pe stickerul promotional de culoare portocaliu cu galben atasat pe ambalajul baxurilor de apa** (folia transparenta care sustine numarul de sticle de apa ce formeaza unitatea de masura bax)
- **pe stickerul promotional de culoare portocaliu cu galben atasat pe fiecare sticla aferenta produselor mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 (vin si bauturi alcoolice)**

7.1.2 Pe produsele mentionate in tabelul 4.1.1, 4.1.2 marcate cu denumirea campaniei „**Sticla de 1.000.000 RON**”

- **pe o banda atasata pe capison**, pentru sticlele promotionale din categoria “vinuri”; **exceptie facand sticlele de vin “Lacrima lui Ovidiu”, pentru care se va utiliza, in vederea participarii , codul de pe timbrul fiscal atasat de gatul sticlei.** In cazul sticlelor “Lacrima lui Ovidiu”, codul unic de campanie o reprezinta insusi codul de pe timbrul fiscal.
- **pe timbrul fiscal atasat pe gatul sticlei**, pentru sticlele promotionale din categoria “bauturi alcoolice”. Codul unic de campanie pentru categoria “bauturi alcoolice” o reprezinta insusi codul de pe timbrul fiscal.

7.1.3 Ambalajele produselor promotionale, in urmatoarea forma:

- **sticlele** aferente produselor promotionale mentionate in tabelul 4.1.1 si tabelul 4.1.2 (vin si bauturi alcoolice marcate cu denumirea campaniei “Sticla cu report”);
- **capisonul sau timbru fiscal** aferente produselor promotionale mentionate in tabelul 4.1.1 si tabelul 4.1.2 (vin si bauturi alcoolice marcate cu denumirea campaniei “Sticla de 1.000.000 RON”);
- **folia transparenta** ce sustine numarul de sticle ce formeaza unitatea de masura bax (tabel 4.1.3, apa minerala)

doar in acest format si avand marcate denumirile campaniilor “Sticla cu Report” sau “Sticla de 1.000.000 RON”, fiind denumite in continuare “**ambalaj de campanie**” avand toate marcajele evidentiata la pct. 7.1.1 si 7.1.2

Pentru a participa la aceasta campanie participantii trebuie:

- sa achizitioneze cel putin un produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), identificat cu denumirile campaniei „Sticla cu Report” sau „Sticla de 1.000.000 RON”, in intreaga perioada de derulare a campaniei (01.03.2010 – 30.05.2010, perioada de inscriere a codurilor unice de campanie);
- sa identifice codul unic de campanie alfanumeric de pe produsul promotional ce se regaseste in zonele indicate la pct.7.1.1 si 7.1.2;
- sa inscrie codul unic de campanie alfanumeric in cadrul campaniei prin cele 3 modalitati prezentate mai jos:
 - ❖ prin SMS la numarul 1873;
 - ❖ prin intermediul paginii de internet www.sticlacureport.ro;
 - ❖ prin intermediul infoline, la numarul 021.528.88.88 care va functiona in perioada 1 Martie 2010-30 mai 2010, de luni pana vineri intre orele 10.00 – 19.00, telefon cu tarif normal, exclusiv sărbătorile legale, pe întreaga durată a Campaniei.

Un participant este indentificat prin numarul de telefon cu care s-a inscris in cadrul campaniei, indiferent de modalitatea de participare: SMS, infoline, pagina de internet.

Ora folosita in mecanism este ora serverului ce ruleaza mecanismul campaniei, in conformitate cu prezentul regulament

Un cod unic de campanie poate fi inscris in Campanie o singura data, si numai prin una din cele trei variante. Inscrierea este reprezentata de trimiterea unui cod corect de pe un produs promotional prin SMS, pe site sau prin infoline.

7.2. MODALITATI DE INSCRIERE IN CADRUL CAMPANIEI

7.2.1 PARTICIPAREA PRIN SMS

7.2.1.1 Pentru a participa la prezenta campanie prin intermediul mecanismului bazat pe trimiterea de SMS-uri, participantii trebuie:

- sa achizitioneze cel putin un produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), identificat cu denumirile campaniei „Sticla cu Report” sau „Sticla de 1.000.000 RON”, in intreaga perioada de derulare a campaniei (01.03.2010 – 30.05.2010, perioada de inscriere a codurilor unice de campanie);
- sa trimita la numarul de telefon 1873 (tarif standard in retelele Vodafone, Orange, Cosmote si Zapp), in perioada 1 Martie 2010 ora 00:00 – 30 mai 2010 ora 21:59:59 inclusiv („data limita” de primire a SMS-urilor la numarul de telefon 1873), un mesaj text scris (“SMS”) compus exclusiv din **codul unic de campanie**

7.2.1.2 Conditii de validitate. Fiecare SMS de participare la Campanie este considerat valid daca este format din codul unic de campanie alfanumeric de 11(unsprezece) caractere, asa cum apare acesta pe „**ambalajul de campanie**”, scris fara spatii si/sau alte informatii si nu a mai fost inregistrat in campanie prin nici una din celelalte doua modalitati de inscriere, respectiv prin intermediul infoline la numarul 021.528.88.88 si /sau prin intermediul paginii de internet www.sticlacureport.ro.

Fiecare SMS este validat preliminar la momentul intrarii in Campanie. In acest sens, pentru fiecare SMS trimis in cadrul prezentei Campanii la numarul de telefon 1873, participantul va primi din partea „**Agentiei**”, imediat, prin SMS, un raspuns corespunzator situatiei in care se afla, dupa cum urmeaza:

- mesajul nu este trimis in forma corecta in ceea ce priveste numarul de caractere;
- mesajul nu contine un cod de campanie valid (codul transmis nu este alocat) sau contine alte caractere in locul codului de campanie;
- mesajul contine un cod de campanie utilizat deja pentru inscrierea in Campanie;
- mesajul a fost trimis in forma corecta; ceea ce inseamna ca sms-ul a fost validat - preliminar.

7.2.1.3.Cost suportat de catre participant. Pentru fiecare SMS trimis, participantul va suporta costul acestuia in conformitate cu tariful standard stabilit de retelele de telefonie mobila din care este trimis SMS-ul.

La tragerea la sorti nu vor participa SMS-urile care nu indeplinesc conditia prevazuta in cadrul capitolului privind mecanismul campaniei precum si SMS-urile primite in afara perioadei de derulare a prezentei campanii.

7.2.2.PARTICIPAREA PRIN INTERMEDIUL SITE-ULUI WWW.STICLACUREPORT.RO

7.2.2.1 Pentru a participa la prezenta campanie prin intermediul mecanismului bazat pe transmiterea codului unic de campanie pe site-ului www.sticlacureport.ro, participantii trebuie:

- sa achizitioneze cel putin un produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), identificat cu denumirile campaniei „Sticla cu Report” sau „Sticla de 1.000.000 RON”, in intreaga perioada de derulare a campaniei (01.03.2010 – 30.05.2010, perioada de inscriere a codurilor unice de campanie);
- sa acceseze site-ul campaniei, in perioada 1 Martie 2010 ora 00:00 -30 mai 2010 ora 21:59:59 inclusiv („data limita” de inscriere) la care se va face referire, www.sticlacureport.ro si sa completeze formularul electronic de inscriere in Campanie, asa cum este acesta afisat pe acest site, respectiv campul obligatoriu corespunzator numarului de telefon mobil la care poate fi contactat participantul, in eventualitatea desemnarii acestuia drept castigator, campul obligatoriu corespunzator codului unic de campanie si campul corespunzator adresei de e-mail.

Necompletarea oricarui dintre campurile obligatorii sau completarea lor cu informatii/date inexistente sau incorecte duce la invalidarea inscrierii respective. Completarea campurilor aditionale din formular este optionala si nu conditioneaza inscrierea in Campanie.

7.2.2.2 Cost suportat de catre participant. Pentru fiecare astfel de inscriere, participantul va suporta costul acestuia in conformitate cu tariful standard stabilit de retelele de internet din care este trimis codul unic de campanie.

7.2.2.3. Conditii de validitate. Fiecare inscriere prin intermediul formularului electronic de inscriere pe pagina de internet www.sticlacureport.ro este validata preliminar la momentul intrarii in Campanie. In acest sens, pentru fiecare inscriere in cadrul prezentei Campanii prin intermediul paginii de internet de campanie, participantul va primi din partea "**Agentiei**", imediat, pe pagina (site), unul din raspunsurile corespunzatoare situatiei in care se afla, asemanatoare cu cele mentionate la pct. 7.2.1.2

La tragerea la sorti nu vor participa inscrierile prin intermediul paginii www.sticlacureport.ro care nu indeplinesc conditia prevazuta in cadrul capitolului privind mecanismul campaniei precum si cele primite in afara perioadei de derulare a prezentei campanii

7.2.3 PARTICIPAREA PRIN INTERMEDIUL INFOLINE-ULUI

7.2.3.1 Pentru a participa la prezenta campanie prin intermediul mecanismului bazat pe transmiterea codului unic de campanie prin intermediul infoline-ului, la numarul de telefon 021.528.88.88 al promotiei, între orele 10:00 – 19:00, de luni până vineri, exclusiv sărbătorile legale, pe întreaga durată a Campaniei participantii trebuie:

- sa achizitioneze cel puțin un produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), identificat cu denumirile campaniei „Sticla cu Report” sau „Sticla de 1.000.000 RON”, in intreaga perioada de derulare a campaniei (01.03.2010 – 30.05.2010, perioada de inscriere a codurilor unice de campanie);
- sa sune la numarul de telefon 021.528.88.88 al promotiei, in perioada 1 Martie -30 mai 2010 între orele 10:00 – 19:00, de luni până vineri, exclusiv sărbătorile legale, pe întreaga durată a Campaniei ;
- sa comunice codul unic de campanie si sa raspunda intrebarilor adresate de operatorul telefonic in vederea completarii formularului.

Pentru inscrierea in campanie, apelantilor li se va solicita de catre „operatorul telefonic” acordul pentru inregistrarea, prelucrarea datelor personale ce urmeaza a fi comunicate, si introducerea acestora in baza de date a Organizatorului, in vederea participarii la campanie. Dupa terminarea acestui mesaj, daca sunt de acord, participantii vor comunica urmatoarele date obligatorii: numar de telefon mobil, codul de campanie, adresa de email.

Necomunicarea oricaror informatii solicitate de catre operatorul telefonic sau furnizarea unor informatii/date inexistente sau incorecte duce la invalidarea inscrierii respective.

7.2.2.2 Cost suportat de catre participant. Pentru fiecare astfel de inscriere, participantul va suporta costul acestuia in conformitate cu tariful standard stabilit de retea de telefonie din care este comunicat codul unic de campanie.

7.2.2.3 Conditii de validitate. Fiecare inscriere prin intermediul INFOLINE-ului este validata preliminar la momentul intrarii in Campanie. In acest sens, pentru fiecare inscriere in cadrul prezentei Campanii prin intermediul operatorului telefonic de la INFOLINE, participantul va auzi unul din raspunsurile corespunzatoare situatiei in care se afla, asemanatoare cu cele mentionate la pct. 7.2.1.2.

La tragerea la sorti nu vor participa inscrierile prin intermediul infoline-ului care nu indeplinesc conditia prevazuta in cadrul capitolului privind mecanismul campaniei precum si cele primite in afara perioadei de derulare a prezentei campanii.

Organizatorul, agentul de marketing, precum si Agentia ce deruleaza Campania nu isi asuma responsabilitatea in urmatoarele cazuri, indiferent de modalitatea de inscriere la prezenta campanie:

- pentru datele incomplete, inexacte, incorecte sau duplicate introduse pe site-ul de campanie www.sticlacureport.ro , transmise prin infoline la numarul de telefon 021.528.88.88, transmise prin SMS la numarul 1873, precum si pentru datele introduse dupa expirarea perioadei de inscriere a codurilor unice (termen limita: 30 mai 2010 ora 21:59:59, inclusiv);

- pentru pierderile sau intarzierile inscrierilor de participare la Campanie sau a mesajelor de raspuns mentionate la pct. 7.2.1.2;
- pentru intreruperile neanuntate ale serviciului de internet, de telefonie mobila (SMS) de catre furnizori sau blocarea accesului intern datorita supraaglomerarii retelelor de internet si/sau a retelelor de telefonie pe perioadele de trafic intens;
- daca numarul de telefon de pe care este primit mesajul cu codul unic de campanie nu poate fi identificat (nu este alocat, este blocat, se trimite "cu numar ascuns/private" nu se afla in aria de acoperire, etc). In acest caz, Agentia nu va putea apela participantul din cadrul prezentei campanii.
- situatiile in care mai multe persoane revendica acelasi ambalaj de campanie in original pentru produsul participant aferent codului unic de campanie desemnat castigator; Conform prezentului regulament premiile vor fi acordate participantului care a trimis codul unic de campanie respectiv prin una din cele 3 (trei) modalitati de participare si face dovada achizitionarii produsului (prezinta in original ambalajul de campanie continand codul unic de campanie);
- eventualele dispute legate de drepturile asupra numerelor de telefon care au fost inregistrate pe pagina de internet www.sticlacureport.ro sau prin infoline sau prin SMS, pentru validare; Conform prezentului regulament premiile vor fi acordate participantului care a trimis codul unic de campanie respectiv prin una din cele 3 (trei) modalitati de participare si face dovada achizitionarii produsului (prezinta in original ambalajul de campanie continand codul unic de campanie);
- disputele referitoare la drepturile de proprietate asupra ambalajelor de campanie ale caror coduri unice de campanie au fost declarate castigatoare. Toate litigiile referitoare la dreptul de proprietate asupra ambalajelor de campanie nu vor influenta principiul conform caruia Organizatorul Campaniei va acorda premiul Participantului care a respectat intocmai prevederile prezentului Regulament. Organizatorul, agentul de marketing si Agentia nu au nicio obligatie de a intretine corespondenta cu solicitantii unor revendicari necastigatoare ce apar ulterior acordarii efective a premiilor;

7.3. REGULI PRIVIND INSCRIEREA CODULUI UNIC DE CAMPANIE

7.3.1 Un cod unic de campanie alocat unui produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3) permite inscrierea in Campanie o singura data si numai prin una dintre cele 3 modalitati (SMS, pagina de internet www.sticlacureport.ro sau la numarul infoline 021.528.88.88). Orice incercare de inscriere in Campanie prin folosirea unui cod unic de campanie utilizat anterior, de aceeași persoana sau de persoane diferite, indiferent de modalitatea de inscriere, va fi invalidata pe loc de catre Agentie, prin transmiterea mesajului conform 7.2.1.2.

7.3.2. Cu un numar de telefon, un participant se poate inscrie in Campanie de maximum 10 ori intr-o zi, fiecare inscriere trebuind a fi facuta cu un cod unic de campanie diferit. La a 9-a inscriere corecta dintr-o zi, participantul va fi attentionat prin SMS, pe pagina de internet www.sticlacureport.ro , sau anuntat de operatorul telefonic de la infoline, in functie de modalitatea de participare, ca mai poate inscrie doar inca un cod unic de campanie in ziua respectiva de pe acel numar de telefon. La a 10-a inscriere corecta dintr-o zi, participantul va fi attentionat prin SMS, pe pagina de internet www.sticlacureport.ro, sau anuntat de operatorul telefonic de la infoline, in functie de modalitatea de participare, ca acesta este ultimul cod unic de campanie cu care se poate inscrie in ziua respectiva de pe acel numar de telefon, urmatoarele coduri unice de campanie transmise in acea zi nefiind luate in calcul.

7.3.3. In situatia in care un cod unic de campanie este deja trimis sau inregistrat in campanie, indiferent de modalitatile de inscriere la Campanie, orice incercare de inscriere ulterioara a aceluasi cod unic de campanie, respectiv inscrierile subsecvente vor fi invalidate. In acest caz, participantul va primi prin SMS, pe pagina de internet www.sticlacureport.ro sau va fi anuntat de operatorul telefonic

de la infoline, in functie de modalitatea de participare in functie de modalitatea de inscriere, un mesaj de invalidare conform pct.7.2.1.2.

7.3.4. Trimiterea prin SMS si/sau introducerea pe site-ul de campanie si/sau comunicarea la infoline, de 5 ori consecutiv a unui sau a mai multor coduri unice de campanie gresite, deja folosite, cu alt text/caractere decat cele ale unui cod unic de campanie alocat, are ca rezultat blocarea numarului de telefon de pe care s-a participat, participantului nemaifiindu-i permisa inscrierea in campanie cu acelasi numar de telefon pana la inscrierea unui nou cod unic de campanie alocat, in limita participarilor corecte pe zi, conform pct. 7.3.2.

7.3.5. In cazul in care pe parcursul prezentei Campanii un participant reclama, prin orice modalitate, invalidarea codului sau unic de campanie descoperit pe ambalajul de campanie, indiferent de motivele pe baza carora are loc aceasta invalidare (de exemplu: codul unic de campanie a mai fost inscris in Campanie anterior, codul unic de campanie este gresit, incomplet sau incorect) atunci se va respecta urmatoarea procedura:

- verificare preliminara:

Agentia ii va solicita participantului ce formuleaza reclamatia sa prezinte in termen de 24 de ore de la data formularii reclamatiei, dovada detinerii ambalajului de campanie pe care figureaza codul unic de campanie revendicat. Participantul poate face dovada detinerii codului unic de campanie revendicat prin expedierea ambalajului de campanie continand codul unic de campanie transmis.

Ulterior, daca situatia o va cere, Agentia ii va solicita participantului ce formuleaza reclamatia sa prezinte in termen de 48 de ore de la data formularii reclamatiei, dovada detinerii in original a ambalajului de campanie pe care figureaza codul unic de campanie revendicat. Participantul poate face dovada detinerii codului unic de campanie revendicat prin expedierea ambalajului de campanie continand codul unic de campanie transmis - prin scrisoare recomandata cu confirmare de primire sau curier, sau prin prezenta personala la sediul Agentului de Marketing, pentru a se putea face validarea sa preliminara si introducerea codului sau unic de campanie descoperit in baza de date a Campaniei in vederea participarii la tragerea la sorti.

▪ in cazul in care codul unic de campanie revendicat in cadrul reclamatiei a mai fost inscris anterior in Campanie de un alt participant, pentru a se putea face validarea participantului ce a achizitionat in realitate si in mod corect sticla promotionala si a facut inscrierea in Campanie in mod corect, Agentia il va contacta si pe participantul inscris cel dintai in Campanie, la numarul de telefon de la care s-a efectuat inscrierea/numarul de telefon comunicat la inscriere si ii vor comunica scopul apelului. Dupa instiintarea participantului despre situatia de fapt si despre faptul ca apelul respectiv va fi inregistrat, ii vor solicita sa prezinte in termen de 24 de ore de la data contactarii sale telefonice, dovada detinerii codului unic de campanie revendicat prin expedierea ambalajului de campanie continand codul unic de campanie - fotografie transmisa prin fax sau email, date comunicate ulterior de catre Agentie; in vederea solutionarii situatiei existente. Ulterior, daca situatia o cere, participantul poate face dovada detinerii codului unic de campanie prin expedierea ambalajului de campanie continand codul unic de campanie prin scrisoare recomandata cu confirmare de primire sau curier, in termen de 48 de ore, pentru a se putea face validarea sa preliminara si introducerea codului sau unic descoperit in baza de date a Campaniei in vederea participarii la tragerea la sorti;

▪ in cazul in care oricare dintre participantii mentionati la pct. 7.3.5 nu respecta termenul mentionat in cadrul acestor articole sau refuza cu rea-credinta sau nemotivat prezentarea dovezii detinerii ambalajului de campanie ce contine codul unic de campanie descoperit, atunci Organizatorul, prin intermediul Agentiei isi rezerva dreptul de a-l invalida pe participantul respectiv, de a-l elimina din baza de date a Campaniei sau de a nu-l inscrie in aceasta baza de date, urmand a fi validat numai cel ce face dovada efectiva a detinerii ambalajului de campanie ce are alocat codul unic de campanie revendicat/inscris;

▪ in cazul in care participantul motiveaza intemeiat imposibilitatea prezentarii in termenul mentionat la pct.7.3.5 atunci Organizatorul, prin intermediul Agentiei isi rezerva dreptul de a prelungi intervalul de timp mai sus mentionat cu inca 48 ore (in situatiile in care durata Campaniei si data de efectuare a extragerii permite aceasta prelungire), participantul suportand insa, in cazul nesocotirii acestor termene si proceduri, consecinta imposibilitatii inscrierii sale in timpul necesar in baza de date a Campaniei pentru a putea participa la extragerea ce urmeaza;

▪ in cazul in care o astfel de reclamatie se formuleaza inainte de efectuarea extragerii, iar intervalul de timp dintre reclamatie si extragere este mai mic de 48 ore, atunci Organizatorul prin intermediul Agentiei ii va comunica participantului in cauza termenul limita pe care il mai are la dispozitie pentru a putea face dovada detinerii ambalajului promotional ce contine cu codul unic de campanie revendicat, orice depasire sau nesocotire a acestui termen ducand automat la invalidarea sa.

Participantii trebuie sa pastreze ambalajul de campanie apartinand produselor promotionale (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), **in original, respectiv:**

- sticla
- capison sau timbru fiscal aferente produselor promotionale mentionate in tabelul 4.1.1 si tabelul 4.1.2 (*vin si bauturi alcoolice marcate cu denumirea campaniei "Sticla de 1.000.000 RON"*);
- folia transparenta ce sustine numarul de sticle ce formeaza unitatea de masura bax, ambele cu toate marcajele identificate la pct. 7.1.1 si 7.1.2, dupa caz.

Astfel ca, sticla, folia transparenta, capisonul sau timbrul fiscal numai daca sunt insotite de marcajele identificate la pct. 7.1.1 si 7.1.2, dupa caz, formeaza **"ambalajul de campanie"**.

Pastrarea ambalajului de campanie in formatul de mai sus este obligatorie si conditioneaza validarea finala in eventualitatea castigarii unui premiu. Acesta se va pastra astfel incat codul unic de campanie sa fie intreg si lizibil, conform Regulamentului Oficial, astfel incat, in cazul contactarii ca potentiali castigatori, sa poata confirma codul unic de campanie Agentiei si sa poata prezenta ambalajul de campanie, in original, continand codul unic de campanie in vederea validarii castigului.

Orice ambalaj de campanie care nu respecta regula descrisa mai sus, duce la invalidarea oricarui eventual premiu.

7.4 MECANISMUL TRAGERII LA SORTI

7.4.1. Codurile unice de campanie castigatoare vor fi alese printr-un mecanism de extragere electronic, in direct, la un post de televiziune agreat de partile implicate in organizarea si derularea prezentei campanii si comunicat prin orice mijloace de informare (mass-media, pagina de internet a prezentei campanii, www.sticlacureport.ro, etc.)

7.4.2. TRAGERILE LA SORTI

7.4.2.1 Un „interval zilnic” reprezinta perioada din care se face o extragere pentru 5.000 euro, valoare bruta in perioada 1 Martie 2010 – 30 mai 2010.

In acest sens, tragerile la sorti pentru premiul zilnic garantat in cuantum de 5.000 euro, valoare bruta se vor organiza, dupa cum urmeaza:

- in ziua de luni intre orele 22:00-00:30 pentru codurile unice de campanie inscrise in ziua de vineri ora 22:00 pana luni ora 21:59:59, inclusiv;
- in fiecare zi de marti, miercuri, joi si vineri intre orele 22:00-00:30 pentru codurile unice de campanie inscrise in ziua precedenta fiecarei extrageri ora 22:00 pana in ziua fiecarei extragerii la sorti orele 21:59:59,

7.4.4.2 Daca in timpul Campaniei nu se inscrie niciun cod unic de campanie, atunci premiile campaniei nu se vor mai atribui, ramanand la dispozitia Organizatorului.

7.4.4.3 In cadrul prezentei campanii, organizatorul si persoanele implicate in derularea acesteia au instituit ca regula generala faptul ca niciun participant, persoana fizica, nu poate castiga mai mult de un premiu (premiu zilnic garantat si premiu report zilnic) acordat in cadrul prezentei campanii, cu oricate coduri unice de campanii s-ar inscrie.

IMPORTANT: In situatia in care numarul codurilor unice de campanie este mai mic decat numarul premiilor acordate de Organizator in cadrul prezentei campanii, fiecare cod unic de campanie, inscris cu respectarea prezentului Regulament, va fi desemnat castigator al premiului zilnic garantat in valoare de 5.000 euro, valoare bruta, premiul report neacordandu-se in aceasta situatie. In aceasta

situatie premiile ramase necastigate urmare a neinscrierii unui numar suficient de coduri unice de campanie, precum si valoarea premiului report vor ramane la dispozitia Organizatorului.

7.4.5. Ordinea in care premiile vor fi acordate se va stabili prin extragere la sorti, respectandu-se intocmai prezentul Regulament.

7.4.5.1. Un cod unic de campanie odata extras si desemnat castigator nu va mai fi reintrodus in baza de date si nu va mai participa la extragerile urmatoare. Codurile unice de campanie rezerve ale fiecarei extrageri vor fi reintroduse in baza de date de catre agentie acestea participand si la urmatoarele extrageri.

Numele castigatorilor si premiile Campaniei vor fi publicate pe pagina de internet de campanie www.sticlacureport.ro , dupa validarea finala a acestora.

7.5. PROTECTIA DATELOR PERSONALE

7.5.1. Prin inscrierea la loteria publicitara **"STICLA CU REPORT!"** participantii sunt de acord sa se conformeze si sa respecte prevederile obligatorii ale prezentului regulament. Participantilor si/sau castigatorilor li se va solicita acordul pentru preluarea si prelucrarea datelor comunicate (nume, prenume, varsta, telefon, adresa de e-mail si adresa completa, etc) sa fie prelucrate de organizator, prin intermediul Agentiei, pe parcursul campaniei promotionale in scopul:

- acordarii premiilor catre castigatori;
- de a face publice numele câștigătorilor și câștigurile acordate.

Organizatorul prin intermediul Agentiei si agentului de marketing se obliga ca datele personale sa nu fie difuzate catre terti, cu respectarea dreptului participantilor, de a opta in scris cu privire la folosirea datelor sale pentru operatiuni de marketing, conform prevederilor de mai sus.

7.5.2. Tuturor participantilor la prezenta campanie promotionala le sunt garantate drepturile in conformitate cu legea 677/2001 privind protectia persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal si libera circulatie a acestor date, lege care ofera persoanelor vizate dreptul la informare, dreptul de acces la date, dreptul de interventie asupra datelor si dreptul de opozitie. Pentru exercitarea acestor drepturi, va puteti adresa cu o cerere scrisa, datata si semnata, catre SC Marketing Clan SRL, adresa de corespondenta Bucuresti, strada Pecetei nr.7-9, bloc 2 Pajura, sector 1.

7.5.3. La cererea scrisa a participantilor, datata si semnata, expediata pe adresa de corespondenta Bucuresti, strada Pecetei nr.7-9, bloc 2 Pajura, sector 1, Organizatorul, prin Agentie sau si/sau agentul de marketing, se obliga:

- sa îi confirme solicitantului daca prelucreaza sau nu date cu caracter personal, în mod gratuit pentru o solicitare pe an;
- sa rectifice, actualizeze, blocheze, stearga sau transforme în date anonime, în mod gratuit, datele a caror prelucrare nu este conforma dispozitiilor Legii nr. 677/2001;
- sa înceteze prelucrarea datelor cu caracter personal ale solicitantului.

7.5.4. Acordarea premiilor poate fi un eveniment public. Organizatorul poate solicita Participantilor câștigători acordul pentru a publica, respectiv utiliza în mod gratuit imaginea video si/sau fotografia, vocea/inregistrarea, numele, localitatea în materiale audio, foto și video. Refuzul Participantilor, dat de catre acestia in scris, nu va afecta în nicio modalitate drepturile dobândite de Participantii prin participarea la Campanie și dobândirea de premii în condițiile prezentului Regulament Oficial.

7.5.5. Participantii la campanie in calitate de persoane vizate au conform Legii nr. 677/2001, urmatoarele drepturi: dreptul la informare; dreptul de acces la date; dreptul de interventie asupra datelor si dreptul de opozitie.

7.5.6 In cazul in care un potential castigator nu doreste ca datele sale personale comunicate prin mesajul telefonic sa fie utilizate in activitati ulterioare de marketing direct realizate de Organizator prin intermediul agentului de marketing si/sau a Agentiei, potentialul castigator poate refuza. In aceasta situatie, datele sale personale nu vor fi utilizate in activitati ulterioare de marketing direct.

7.6. MECANISMUL PENTRU ACORDAREA PREMIILOR

7.6.1. **Dovada detinerii ambalajului de campanie ce cuprinde codului unic de campanie**

- pentru toate premiile campaniei, organizatorul, prin agentul de marketing si/sau Agentie va solicita participantilor dovada detinerii ambalajului de campanie continand codul unic de campanie extras pentru acordarea premiului, in urmatorul format:

- sticla

sau

- capison sau timbru fiscal aferente produselor promotionale mentionate in tabelul 4.1.1 si tabelul 4.1.2 (*vin si bauturi alcoolice marcate cu denumirea campaniei "Sticla de 1.000.000 RON"*);

sau

- folia transparenta ce sustine numarul de sticle ce formeaza unitatea de masura bax, **ambele avand toate marcajele evidentiata la pct. 7.1.1 si 7.1.2** dupa caz.

Astfel ca, sticla, folia transparenta, capisonul sau timbrul fiscal numai daca sunt insotite de marcajele identificate la pct. 7.1.1 si 7.1.2, dupa caz, formeaza "**ambalajul de campanie**".

Pastrarea ambalajului de campanie in formatul de mai sus este obligatorie si conditioneaza validarea finala in eventualitatea castigarii unui premiu. Ambalajul de campanie se va pastra astfel incat codul unic de campanie sa fie intreg si lizibil, conform Regulamentului Oficial, astfel incat, in cazul contactarii ca potentiali castigatori, sa poata confirma codul unic de campanie Agentiei si sa poata prezenta ambalajul de campanie, in original, continand codul unic de campanie in vederea validarii castigului.

Pastrarea ambalajului de campanie in formatul de mai sus este obligatorie si conditioneaza validarea finala in eventualitatea castigarii unui premiu.

Orice ambalaj de campanie care nu respecta regula descrisa mai sus, duce la invalidarea oricarui eventual premiu.

7.6.1.2 Procedura de validare a ambalajului de campanie ce cuprinde codului unic de campanie

7.6.1.2.1 Validarea telefonica

- imediat dupa extragere efectuata de catre organizator, prin intermediul agentiei, in direct la postul unei televiziuni, in cazul in care aceasta extragere este televizata (nefiind neaparat o regula a prezentei campanii) participantii ale caror coduri unice de campanie au fost desemnate castigatoare vor fi contactati pe numarul de telefon de pe care au inregistrat codul unic de campanie, pentru validarea preliminară a potentialului castig. In acest sens, la primul contact telefonic, potentialul castigator trebuie sa comunice codul unic de campanie/codurile unice de campanie cu care a participat, printre care trebuie sa se regaseasca si cel extras castigator si urmare a caruia a fost contactat de catre organizator, sa confirme telefonic faptul ca detine in original ambalajul de campanie, in formatul descris la art 7.6.1, si se afla in posesia sa si, de asemenea sa comunice telefonic daca s-a inregistrat de pe/cu acelasi numar de telefon si cu un alt cod unic de campanie corect in intervalul de extragere imediat anterior celui pentru care a fost desemnat castigator in vederea posibilitatii castigarii premiului report.

- daca posesorul respectivului numar de telefon, nu raspunde la 4 apeluri consecutive ale organizatorului efectuate de la momentul extragerii, acesta din urma isi rezerva dreptul de a invalida codul unic de campanie extras si de a organiza o noua extragere, care va respecta aceleasi reguli. In cadrul fiecarei extrageri vor exista extrageri pentru 2 coduri unice de campanie rezerve, extrase numai daca posesorul codului unic de campanie anterior extras nu a raspuns la cele 4 apeluri consecutive ale organizatorului, in conformitate cu prevederile alin anterior. Posesorilor codurilor unice de campanie extrase ca rezerve li se va aplica acelasi sistem de validare telefonica.

In situatia in care niciunul dintre posesorii celor 3 coduri unice extrase nu raspunde la telefon (principal + 2 rezerve), conform celor mai sus aratate, Organizatorul isi rezerva dreptul de a nu mai atribui premiul zilnic garantat, adica 5.000 euro, valoare bruta si premiul report alocat pentru respectiva extragere, adica 5.000 euro, valoare bruta sau de a efectua o noua extragere pentru ziua respectiva. Aceasta noua extragere, daca organizatorul decide in acest sens, va avea loc in urmatoarea sesiune de extrageri.

In situatia in care niciunul dintre posesorii celor 3 coduri unice extrase nu raspunde la telefon (principal + 2 rezerve), conform celor mai sus aratate, valoarea premiului report aferente urmatoarei extrageri se va diminua cu valoarea premiului report alocat zilnic de organizator in suma de 5.000 euro, valoare bruta.

NOTA: PREMIUL ZILNIC GARANTAT NU SE RAPORTEAZA IN NICIO SITUATIE!

In termen de 12 ore dupa validarea unei extrageri (termenul se calculeaza dupa momentul in care posesorii codului unic de campanie extras castigator au raspuns la apelul organizatorului realizat in seara de extragere), participantii a caror coduri unice de campanie au fost desemnate castigatoare vor fi contactati pe numarul de telefon de pe care au in scris codul unic de campanie desemnat castigator pentru preluarea datelor si pentru a li se comunica procedura de validare obligatorie in vederea intrarii in posesie a premiului. In cadrul acestui termen, organizatorul alocă unui potential castigator un termen de 5 ore pentru a raspunde la apelurile Agentiei in vederea validarii efective a premiului castigat.

7.6.1.2.2 Validarea electronica

- in timpul validarii telefonice, potentialilor castigatori li se va expune si intreaga procedura de validare a castigului. In acest sens, in termen de 12 ore de la contactul telefonic, potentialul castigator trebuie sa trimita pe fax sau pe email (date comunicate telefonic de catre Agentie) urmatoarele documente:

- o fotocopie a ambalajului de campanie cu care a participat, in forma sa originala, castigatorul fiind informat sa nu dezlipeasca codul unic de campanie de pe sticla si/sau folie transparenta
- o fotocopie a unui act de identitate
- o copie a extrasului de cont in lei sau dovada de la banca ce specifica exact numarul contului detinut de posesorul codului unic de campanie desemnat castigator. In situatia in care participantul al carui cod unic de campanie a fost extras si validat ca fiind castigator al prezentei campanii nu detine un cont bancar in lei va avea la dispozitie un termen de 15 zile de la data extragerii in vederea deschiderii, pe numele sau, a unui astfel de cont.

7.6.1.2.3 Validarea fizica

Ulterior acestei actiuni, potentialul castigator este contactat din nou, in termen de maxim 12ore de la transmiterea dovezii pentru a i se expune pasii urmatari in vederea validarii fizice (detinere ambalaj de campanie) si a modalitatii de acordare a premiului.

In momentul contactarii participantului al carui cod unic de campanie a fost desemnat castigator, i se va comunica de catre Agentie, telefonic, obligatia de a pastra ambalajul de campanie continand codul unic de campanie extras, necesar pentru a putea intra in posesia premiului.

Participantul trebuie, conform Regulamentului Oficial, sa detina in original ambalajul de campanie al produselor promotionale ce contine codul unic de campanie declarat castigator. In cazul in care participantul nu poate face dovada faptului ca detine, in original, ambalajul de campanie al produselor promotionale, acesta este informat de catre Agentie ca nu i se poate acorda premiul, acesta fiind invalidat, iar premiul va ramane la dispozitia Organizatorului.

Validarea finala a castigatorilor se efectueaza in termen de 72 de ore de la data extragerii la sorti. (contactare, dovada detinere ambalaj de campanie ce are atribuit codul unic de campanie, datele de identificare ale castigatorului).

7.6.2. Acordarea premiilor

Un premiu este exprimat la valoarea sa bruta. Acesta se calculeaza in lei si se considera achitat la data efectuării de catre Organizator a transferului bancar, in contul in lei, detinut de castigator si comunicat Organizatorului.

Termenul in care Organizatorul isi asuma obligatia virării **sumei nete** castigate de un participant, care indeplineste conditiile prezentului regulament, este de 120 de zile de la data fiecarei extrageri.

CAPITOLUL 8. TAXE

Taxele si impozitele aferente acordarii premiilor sunt incluse in valoarea bruta suportata de Organizator. Aceste impozite sunt calculate, retinute si platite in conformitate cu prevederile Legii nr. 571/2003 privind Codul Fiscal. Momentul platii premiului se considera a fi data efectuarii transferului sumei nete in contul indicat de castigator, moment la care organizatorul va intocmi fisa de calcul in lei a premiului.

Valoarea neta a premiilor acordate in prezenta campanie reprezinta valoarea bruta minus impozitul aferent, calculat si retinut la sursa de organizator. Valoarea neta reprezinta suma care va fi transferata in contul indicat de participantul-castigator, in timp ce impozitul retinut se va achita de catre organizator la bugetul statului conform Codului Fiscal.

CAPITOLUL 9 DISPOZITII FINALE

Prin participarea la aceasta campanie, participantii sunt de acord sa respecte si sa se conformeze tuturor prevederilor, termenilor si conditiilor prezentului Regulament Oficial.

Acordarea premiilor reprezinta singura obligatie a organizatorului si a celorlalte societati implicate in derularea prezentei campanii, acesta putand delega orice societate implicata in derularea acesteia sa inmaneze premiile identificate in cap.6. Modul in care se desfasoara prezenta campanie este stabilit de organizator si de societatile implicate in derularea prezentei campanii promotionale. O data cu primirea premiului, participantul castigator declara in mod liber, expres si neechivoc ca nu are niciun fel de pretentii, de nicio natura si nu va avea nici in viitor, fata de organizator si societatile implicate in derularea prezentei campanii.

Organizatorul si societatile implicate in derularea prezentei campanii nu vor avea nicio raspundere si nu vor putea fi implicati in litigii legate de detinerea sau proprietatea asupra ambalajelor de campanie si a codurilor unice de campanie participante.

Litigiile privind dreptul de proprietate asupra acestora nu vor putea influenta principiul conform caruia organizatorul sau orice alta societate implicata in derularea prezentei campanii va acorda premiul persoanei a carei solicitare a fost prezentata in conformitate cu prevederile Regulamentului.

Organizatorul si celelalte societati implicate in derularea prezentei campanii nu isi asuma responsabilitatea pentru ambalajele de campanie si codurile unice de campanie deteriorate, incomplete, necorespunzatoare din punct de vedere al continutului, nelizibile.

Organizatorul si celelalte societati implicate in derularea prezentei campanii nu isi asuma raspunderea pentru calitatea produselor furnizate ca premii, pentru servicii post-vanzare, pentru garantii, acestea fiind suportate conform reglementarilor in vigoare si conform conditiilor proprii de garantie, de catre producatorul sau vanzatorul/furnizorul produselor oferite drept premii de la care organizatorul sau societatile implicate in derularea prezentei campanii promotionale le-au achizitionat.

In cazul in care, in urma unor verificari ulterioare (termen de 60 zile de la data virarii fiecarui premiu), se constata ca una sau mai multe dintre prevederile prezentului regulament nu au fost respectate, Organizatorul sau oricare din societatile implicate in derularea prezentei campanii isi rezerva dreptul de a retrace premiul.

Eventualele litigii aparute intre Organizator, societatile implicate in derularea prezentei campanii impreuna si/sau separat si participantul la prezenta campanie se va rezolva pe cale amiabila sau, in cazul in care aceasta nu va fi posibila, litigiile vor fi solutionate de instantele judecatoresti romane competente.

Prezenta campanie poate inceta inainte de termen sau poate fi prelungita in cazul producerii unui eveniment ce constituie forta majora sau inclusiv la solicitarea organizatorului sau a societatilor implicate in derularea prezentei campanii, din motive independente de vointa acestora.

Prezentul Regulament oficial este disponibil gratuit si poate fi obtinut in conformitate cu pct. 1.4 si 1.5. Organizator,

SC UNITED EURO DISTRIBUTIONS SRL
prin SC SYSCOM DIGITAL SRL
conform imputernicirii din data de 23 februarie 2010

ADDENDUM nr 1
LA REGULAMENTUL OFICIAL AL CAMPANIEI PUBLICITARE
“STICLA CU REPORT” Autenticat sub nr.867/26.02.2010 de catre Biroul Notarilor
Publici Asociati, Negrila Daniela si Enache Meda

1.Se completeaza pct. 4.1.3.Marcile pentru categoria de produse „Apa minerala” si va avea urmatorul continut

NR CRT	CATEGORIE	BRAND	Capacitate
51	BIBORTENI FORTE	APA MINERALA	6 X1.5L, 12 X0.5L
53	BIBORTENI ECHILIBRATA	APA MINERALA	6 X1.5L, 12 X0.5L
55	BIBORTENI LEJERA	APA MINERALA	6 X1.5L, 12 X0.5L
56	VALEA BRAZILOR	APA MINERALA	Bax 6X2, 5L

2.Se completeaza pct. 7.4.1 din cadrul Capitolului 7. MECANISMUL CAMPANIEI si va avea urmatorul continut:

7.4.1.Codurile unice de campanie castigatoare vor fi alese printr-un mecanism de extragere electronic, in direct, la un post de televiziune agreat de partile implicate in organizarea si derularea prezentei campanii si comunicat prin orice mijloace de informare (mass-media, pagina de internet a prezentei campanii, www.sticlacureport.ro, etc.)

Codul extras, respectiv participarea, este legat automat de urmatoarele date: numarul de telefon de pe care a fost inscris si data participarii in urmatorul format: data-ora-minut-secunda exprimata cu 6 zecimale. Toate aceste informatii, la un loc, determina un potential castigator.

Celelalte prevederi nemodificate din cadrul Regulamentului mai sus identificat raman valabile.

Organizator,
SC UNITED EURO DISTRIBUTIONS SRL, prin reprezentant,
conform imputernicirii 193 din data de 24 02 2010,
SC SYSCOM DIGITAL SRL _____

ADDENDUM nr.2

LA REGULAMENTUL OFICIAL AL CAMPANIEI PUBLICITARE

„STICLA CU REPORT” Autentificat sub nr.867/26.02.2010 de catre Biroul Notarilor Publici Negrita Daniela si Enache Meda

1. Se modifica CAPITOLUL 2. PERIOADA DE DESFASURARE A CAMPANIEI „STICLA CU REPORT!” subpunctel 2.2 si 2.3 **si vor avea urmatorul continut**

2.2. Perioada de inscriere a codurilor unice in prezenta Campanie este 1 martie 2010 ora 00:00 pana in data de 28 mai 2010 ora 21:59:59, inclusiv.

2.3. Prima extragere are loc in data de 05 martie 2010 (extragerea va avea ca obiect toate codurile unice inscrise in perioada 01 martie 2010, ora 00:00 – 05 martie 2010 ora 21:59:59) si ultima extragere din campanie va avea loc in data de 28 mai 2010 (extragerea va avea ca obiect toate codurile unice inscrise in perioada 27 mai 2010, ora 22:00 – 28 mai 2010 ora 21:59:59).

2. Se modifica CAPITOLUL 6, 6.1.1 PREMIU ZILNIC GARANTAT, si va avea urmatorul continut
Valoarea acestui premiu este de 5.000 Euro, valoare bruta.

Acest premiu se acorda zilnic, prin extragere, incepand cu prima extragere ce va avea loc in data de 05 martie 2010, cu conditia respectarii intocmai a prezentului Regulament de catre participantul al carui cod unic a fost extras.

De asemenea, in data de 05.04.2010 organizatorul nu va efectua tragerea la sorti, astfel incat toate codurile unice de campanie inscrise pentru aceasta extragere vor participa la extragerea urmatoare, respectiv cea din data de 06.04.2010.

In acest sens, in data de 06.04.2010 vor participa la tragerea la sorti toate codurile unice de campanie inscrise in perioada 02.04.2010 ora 22:00 – 06.04.2010 ora 21:59:59.

NOTA: PREMIUL ZILNIC GARANTAT NU SE RAPORTEAZA IN NICIO SITUATIE!

3. Se modifica CAPITOLUL 7, art 7.2.1.1 PARTICIPAREA PRIN SMS, si va avea urmatorul continut

7.2.1.1 Pentru a participa la prezenta campanie prin intermediul mecanismului bazat pe trimiterea de SMS-uri, participantii trebuie:

- sa achizitioneze cel putin un produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), identificat cu denumirile campaniei „Sticla cu Report” sau „Sticla de 1.000.000 RON”, in intreaga perioada de derulare a campaniei (01.03.2010 – 28.05.2010, perioada de inscriere a codurilor unice de campanie);
- sa trimita la numarul de telefon 1873 (tarif standard in retelele Vodafone, Orange, Cosmote si Zapp), in perioada 1 Martie 2010 ora 00:00 – 28 mai 2010 ora 21:59:59 inclusiv („data limita” de primire a SMS-urilor la numarul de telefon 1873), un mesaj text scris („SMS”) compus exclusiv din **codul unic de campanie**

4. Se modifica CAPITOLUL 7, 7.2.2. PARTICIPAREA PRIN INTERMEDIUL SITE-ULUI WWW.STICLACUREPORT.RO, si va avea urmatorul continut

7.2.2.1 Pentru a participa la prezenta campanie prin intermediul mecanismului bazat pe transmiterea codului unic de campanie pe site-ului www.sticlacureport.ro, participantii trebuie:

- sa achizitioneze cel putin un produs promotional (sticla pentru produsele mentionate in tabelul 4.1.1 si 4.1.2 si bax pentru produsul identificat in tabelul 4.1.3), identificat cu denumirile campaniei „Sticla cu Report” sau „Sticla de 1.000.000 RON”, in intreaga perioada de derulare a campaniei (01.03.2010 – 28.05.2010, perioada de inscriere a codurilor unice de campanie);
- sa acceseze site-ul campaniei, in perioada 1 Martie 2010 ora 00:00 -28 mai 2010 ora 21:59:59 inclusiv („data limita” de inscriere) la care se va face referire, www.sticlacureport.ro si sa completeze formularul electronic de inscriere in Campanie, asa cum este acesta afisat pe acest site, respectiv campul obligatoriu corespunzator numarului de telefon mobil la care poate fi contactat participantul, in eventualitatea desemnarii acestuia drept castigator, campul obligatoriu corespunzator codului unic de campanie si campul corespunzator adresei de e-mail.

5. Se modifica CAPITOLUL 7, 7.2.2.3 Conditii de validitate, paragraful 3, si va avea urmatorul continut

Organizatorul, agentul de marketing, precum si Agentia ce deruleaza Campanie nu isi asuma responsabilitatea in urmatoarele cazuri, indiferent de modalitatea de inscriere la prezenta campanie:

- pentru datele incomplete, inexacte, incorecte sau duplicate introduse pe site-ul de campanie www.sticlacureport.ro, transmise prin infoline la numarul de telefon 021.528.88.88, transmise prin SMS la numarul 1873, precum si pentru datele introduse dupa expirarea perioadei de inscriere a codurilor unice (termen limita: 28 mai 2010 ora 21:59:59, inclusiv);

Celelalte prevederi nemodificate din cadrul Regulamentului mai sus identificat raman valabile.

Organizator,

SC UNITED EURO DISTRIBUTIONS SRL, prin reprezentant,

conform imputernicirii din data de 29 martie 2010,

SC SYSCOM DIGITAL SRL