

Pravidla správy a využívání Marketingového fondu pro partnerský program T-Mobile

(dále jen „Pravidla“)

T-Mobile Czech Republic a.s. se sídlem Tomíčkova 2144/1, 149 00 Praha 4, IČ 649 49 681
zapsána do obchodního rejstříku vedeného Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 3787

I Definice a účel Marketingového fondu (dále také jen „MF“)

Marketingový fond je tvořen finančními prostředky, které slouží k marketingové podpoře společné obchodní spolupráce společnosti T-Mobile Czech Republic, a.s. (dále jen „TMCZ“) a Partnera, resp. Služby Partnerem poskytované třetím subjektům dle Partnerské smlouvy na SIM kartách TMCZ. Tyto prostředky jsou shromažďovány a následně uvolňovány z fiktivního účtu („účtu“) dle dále uvedených principů.

II Tvorba Marketingového fondu

Marketingový fond je tvořen na základě nárůstu útraty za využívání Služby na SIM kartách TMCZ s tarify podporujícími Službu poskytovanými Partnerem nebo přímo TMCZ třetím stranám. Tarify, jejichž využívání se zohledňuje pro účely Marketingového fondu (dále jen „určené tarify“), jsou pro každého Partnera definovány v jím uzavřené Smlouvě o spolupráci na partnerském programu (dále jen „Partnerská smlouva“). Nárůst útraty na SIM kartách s určenými tarify je u každého Partnera hodnocen zvlášť za každý kalendářní rok, tj. vždy dle stavu k 31. 12. daného kalendářního roku. Výše Marketingového fondu se stanoví jako 50 % z meziročního nárůstu útraty za Služby poskytované prostřednictvím SIM karet s určenými tarify, a to v částkách bez DPH.

III Čerpání Marketingového fondu

Obecná pravidla pro čerpání prostředků z Marketingového fondu:

- Prostředky z Marketingového fondu mohou být čerpány pouze v případě, že Partner poskytuje Služby Koncovým uživatelům na SIM kartách TMCZ s určenými tarify.
- Partner je oprávněn čerpat prostředky z Marketingového fondu pouze v případě, že nemá žádné neuhrazené závazky ani jiné finanční závazky vůči TMCZ po splatnosti.
- Částku Marketingového fondu přidělenou za daný kalendářní rok (k 31. 12.) lze čerpat v průběhu 18 kalendářních měsíců následujících po jejím připsání, nejdříve však po uplynutí 6 kalendářních měsíců od podpisu Partnerské smlouvy. Pokud nebudou přidělené prostředky ve výše uvedené lhůtě vyčerpány, bez náhrady propadají.
- Každou aktivitu Partnera a TMCZ lze z Marketingového fondu hradit vždy pouze částečně, přičemž minimální částka spoluúčasti Partnera je 500 Kč (dále též jen „fakturační minimum“). Rozhodující pro určení výše spoluúčasti Partnera je výše prostředků, které má Partner aktuálně v Marketingovém fondu k dispozici, a dále posouzení aktivity z hledisek uvedených níže.
- Každá akce, pro niž partner požaduje částku z Marketingového fondu, musí být předem odsouhlasena ze strany TMCZ, resp. členů správy Marketingového Fondu TMCZ, nebo odpovědnou osobou. Partner je povinen uskutečnit akci v takovém rozsahu, čase a podobě, v jakém byla ze strany TMCZ schválena.
- Po realizaci akce je Partner povinen nejpozději společně s fakturou poskytnout TMCZ dokumentaci potvrzující, že se akce dle výše uvedených podmínek skutečně realizovala. Dokumentace musí vždy obsahovat popis Akce, fotografickou nebo video dokumentaci v elektronické podobě uloženou na CD nebo DVD a kopie nebo vzorové výtisky tištěných materiálů distribuovaných v souvislosti s Akcí (jedná se zejména o program, pozvánky, inzeráty, vstupenky, plakáty a další tiskové výstupy apod.).
- Po realizaci akce je Partner povinen doložit TMCZ vyhodnocení dopadů využití prostředků z Marketingového fondu na plnění předpokládaných cílů akce, a to nejpozději do 3 měsíců od okamžiku ukončení akce.
- Součástí společné propagace je vždy uvedení loga T-Mobile a/nebo loga T-Mobile partner a/nebo slovního označení T-Mobile.

TMCZ si vyhrazuje právo neuvolnit částky z MF na nahlášenou a schválenou akci v případě, kdy:

- Partner svým jednáním/opomenutím porušil pravidla tvorby a/nebo čerpání Marketingového fondu; nebo
- Partner nedodržel nebo u dodavatele nezajistil dodržení sjednaných termínů, schválených formátů, vizuálů, apod.; nebo
- Partner nevystavil fakturu TMCZ za akci, na kterou hodlal čerpat prostředky z Marketingového fondu, nejpozději do 3 měsíců po uskutečnění příslušné akce; nebo



- Nesmí být obsažena žádná zmínka o jiném poskytovateli služeb elektronických komunikací.
- Ceny všech produktů společnosti T-Mobile Czech Republic a.s., pokud jsou uvedeny, nesmí být jiné, než ceny doporučené TMCZ.

III.6 Další požadavky na schválení jednotlivých typů akcí:

a) Rozhlasové a TV reklamy:

- Návrh reklamy musí být zaslán emailem, na CD, nebo formou podrobného scénáře alespoň 14 dní před plánovaným termínem zveřejnění.
- U návrhu musí být uvedena v podobě media plánu délka spotu, název stanice, na které bude reklama uveřejněna, doba trvání kampaně, časová pásma, ve kterých budou spoty uveřejňovány, počet opakování v jednotlivých časových pásmech a celkový počet spotů, jednotková cena za 1 spot v časovém pásmu a celková cena, případně množstevní sleva.

b) Promoční akce

- Na základě požadavku vzneseného Partnerem bude TMCZ do 14 dní vypracována specifikace akce a odhad nákladů potřebných na její realizaci. S touto specifikací bude nejpozději 10 dní před zahájením realizace Partner seznámen a podpisem oprávněné osoby stvrdí svůj souhlas s rozsahem a výškou nákladů.
- V případě požadavků na hostesovou street promo akci je třeba alespoň 20 dní před konáním akce vyplnit formulář "objednávka promo akcí". Formulář je umístěn na <http://www.t-mobile.cz/web/cz/partnership/partnersky.program/MarketingovyFond/formulare>. Vyplněný formulář musí Partner zaslat na adresu: MFpartnership@t-mobile.cz

Realizace akce je zajištěna TMCZ - oddělením podpory POS, případně Partnerem samotným.

III.7 Další typy propagace

Další typy propagace jsou posuzovány individuálně. Pro tento typ akcí je třeba postupovat analogicky k čl. III. těchto pravidel. Výjimky jsou schvalovány dle čl. IV těchto Pravidel.

IV Výjimky

Jakékoliv výjimky z výše uvedených pravidel musí být písemně odsouhlaseny Senior Managerem oddělení mobilních plateb a partnerských řešení společnosti TMCZ. Písemnou žádost o výjimku s podrobným popisem návrhu akce Partner zašle na adresu: MFpartnership@t-mobile.cz

V Stránky T-Mobile Partnership

Na stránkách www.t-mobile.cz/web/cz/partnership/partnersky.program/MarketingovyFond/Pravidla jsou k dispozici následující aktuální informace včetně těchto pravidel: manuály pro tiskovou a venkovní inzerci, loga, pravidla pro MF apod.

VI Změna pravidel

- TMCZ je oprávněn měnit a doplňovat Pravidla, maximálně však 1x za 6 měsíců.
- Tato Pravidla jsou platná a účinná po dobu platnosti Partnerské smlouvy. Ukončení Partnerské smlouvy se nedotýká platnosti a účinnosti těch ustanovení Pravidel, která přetrvávají až do úplného vyřízení všech nároků ze smluvního vztahu vyplývajících. Ukončením Partnerské smlouvy však zaniká nárok na čerpání MF pro akce neschválených k datu ukončení Partnerské smlouvy.
- TMCZ a Partner se dohodli, že o změnách podmínek Pravidel správy a využívání MF bude TMCZ Partnera písemně a na internetových stránkách www.t-mobile.cz/web/cz/partnership/partnersky.program/MarketingovyFond/Pravidla nejméně 30 dní předem informovat.

VII Platnost a účinnost

Tato Pravidla nabývají platnosti dnem 1. 8. 2011. Celé znění těchto Pravidel je dostupné na www.t-mobile.cz/web/cz/partnership/partnersky.program/MarketingovyFond/Pravidla

