

ZASADY STOSOWANIA PRZEZ OSD PROMOCJI W ZAKRESIE DOSTĘPU TELEKOMUNIKACYJNEGO DO SIECI POPC

§ 1. Postanowienia ogólne

1. O ile Zasady promocji wyraźnie nie stanowią inaczej, wszelkie pojęcia i zwroty użyte w Zasadach promocji z dużej litery należy rozumieć zgodnie z postanowieniami Umowy Ramowej.
2. OSD może stosować Promocje, ale nie jest do tego zobowiązany.

§ 2. Czas obowiązywania Promocji

1. Promocje mają charakter czasowy.
2. OSD będzie każdorazowo określał czas obowiązywania Promocji.
3. Ewentualne, wcześniejsze zakończenie Promocji nie będzie skutkowało utratą uprawnień już nabytych przez OK w okresie obowiązywania Promocji i w związku z udziałem w Promocji.

§ 3. Sposób informowania o Promocji

1. Regulamin promocji opublikowany zostanie w Portalu przez OSD na co najmniej 30 (trzydzieści) dni przed rozpoczęciem okresu obowiązywania Promocji. Po upływie okresu obowiązywania Promocji, OSD usunie Regulamin promocji z Portalu.
2. OSD poinformuje OK, za pośrednictwem SK, o opublikowaniu Regulaminu promocji najpóźniej w następnym DR po opublikowaniu Regulaminu promocji.
3. Jeśli termin zakończenia obowiązywania Promocji nie będzie określony datą dzienną, OSD poinformuje o odwołaniu Promocji odpowiednio w sposób określony w ust. 1 i 2 powyżej, najpóźniej na 7 (siedem) dni przed terminem zakończenia obowiązywania Promocji.

§ 4. Zasady udziału w Promocji

1. Promocje mogą mieć zastosowanie wyłącznie do Zamówień złożonych w okresie obowiązywania Promocji lub do Umów Ramowych / Umów szczegółowych zawartych w okresie obowiązywania Promocji – w zależności od treści danego Regulaminu promocji.
2. Jeśli OK chce skorzystać z Promocji - powinien złożyć do OSD Zamówienie na jedną z Usług, których dotyczy Promocja, w okresie obowiązywania Promocji i w treści Zamówienia, w części określającej Szczegóły zamówienia w polu „Inne uwagi” wskazać, że chce skorzystać z Promocji oraz podać nazwę Promocji, o którą chodzi.
3. Rezygnacja z udziału w Promocji przez OK odbywa się poprzez złożenie przez OK Zamówienia, obejmującego rezygnację z Usługi świadczonej na warunkach promocyjnych. W przypadku, gdyby OK w związku z udziałem w Promocji zawarł Umowę szczegółową i gdyby doszło do jej rozwiązania / wypowiedzenia przez OK lub z winy OK przez OSD przed upływem okresu jej obowiązywania, Promocja może zobowiązywać OK do zapłaty na rzecz OSD kary umownej w wysokości odpowiadającej różnicy opłat (liczonej za cały okres, przez jaki miała obowiązywać Umowa szczegółowa objęta Promocją), jakie płaciłby OK, gdyby korzystał z Usług na podstawie Cennika, a jakie zobowiązany był uiszczać w związku z udziałem w Promocji.
4. W przypadku naliczenia kary umownej, o której mowa w § 4 ust. 3 Zasad promocji, nie ma stosuje się § 15 ust. 16 Umowy Ramowej.

§ 5. Warunki i przedmiot Promocji

1. Szczegółowe warunki Promocji muszą odpowiadać zasadom równego traktowania.
2. Promocje mogą polegać na okresowym:
 - 1) obniżeniu wszystkich bądź części Opłat Abonamentowych lub Opłat Pozostałych w stosunku do ich wysokości określonej w Cenniku;
 - 2) całkowitej rezygnacji z pobierania przez OSD danej opłaty;
 - 3) zwiększeniu przepływności lub innych parametrów wszystkich bądź części Usług;
 - 4) zniesieniu limitów dotyczących wszystkich bądź części Usług.
3. Promocje mogą:

- 1) dotyczyć wszystkich bądź niektórych Usług;
 - 2) dotyczyć całego obszaru Sieci POPC bądź jego części;
 - 3) obejmować cały okres, na jaki zawierane są Umowy szczegółowe bądź, na jaki składane są Zamówienia, bądź też mogą dotyczyć krótszego okresu – w zależności od tego, jaki będzie czas obowiązywania Promocji;
 - 4) się łączyć, jeśli wyraźnie zastrzeżono taki warunek w treści danego Regulaminu promocji.
4. Zgodnie z Zasadami dostępu:
- 1) OSD nie może oferować opustów wolumenowych. Każdy OK ma dostęp do tych samych, niedyskryminujących warunków, zawartych w Ofercie, niezależnie od swej wielkości czy wielkości składanego Zamówienia;
 - 2) Promocje nie powinny zawierać mechanizmów i rozwiązań, które uprzywilejowują OK względem innych przedsiębiorców telekomunikacyjnych lub innych przedsiębiorców telekomunikacyjnych względem OK, za które uważa się m.in.:
 - a) rozliczenia barterowe oraz powiązanie sprzedaży usług z zakupem innych usług od OK lub podmiotu z nim powiązanego, które ograniczają transparentność rozliczeń;
 - b) stosowanie krótkotrwałych okresowych promocji cenowych o charakterze dyskryminującym, które uniemożliwiają lub znacznie utrudniają OK skorzystanie z oferty hurtowej OSD;
 - c) oferowanie voucherów i innych usług dodatkowych, powiązanych z Usługą, nieuwjętych w Cenniku;
 - 3) do rekomendowanych mechanizmów elastyczności cenowej zakładających oferowanie takich samych warunków wszystkim podmiot korzystającym z Usług należą:
 - a) różne poziomy opustów, w zależności od długości i terminu, na jaki zawierana jest Umowa szczegółowa;
 - b) różne poziomy opustów lub dopłat, w zależności od poziomu parametrów jakościowych świadczonych Usług;
 - c) długoterminowe opusty dla Usług związane z niskim potencjałem popytowym, dla ściśle określonego obszaru geograficznego.

§ 6. Postanowienia końcowe

1. Każdorazowo integralną częścią Regulaminu Promocji jest cennik promocyjny.
2. Zmiany Zasad promocji wymagają tej samej formy i procedury, co zmiana Umowy Ramowej.