

Regulamin akcji promocyjnej „TENA” zwany dalej Regulaminem.

§1

Postanowienia ogólne

1. Organizatorem akcji sprzedażowej pod nazwą „TENA” zwanej dalej „Promocją” jest Essity Poland Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (02-670), przy ul. Puławskiej 180, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000427360, zwana dalej „Organizatorem”.
2. Promocja prowadzona będzie na terenie Polski.
3. Promocja będzie prowadzona w terminie od 1 sierpnia 2026 r. do 31 października 2026 r.
4. Promocja dotyczy produktów wymienionych w załączniku nr 1 do Regulaminu, zwanych dalej „Produktami”.
5. Promocja jest skierowana do aptek zwanych dalej „Uczestnikami”, w których łączny poziom odsprzedaży miesięcznej 420 zł, ~~podmiotów, które zadeklarują miesięczne zakupy związane z Promocją na minimum 10.000 zł, albo 2) do podmiotów, które zadeklarują wdrożenie i rozliczanie promocji minimum w 20 punktach sprzedaży.~~
6. Promocja jest prowadzona zgodnie z zasadami określonymi w niniejszym Regulaminie. Informacje zawarte w materiałach promocyjnych mają tylko i wyłącznie charakter promocyjny.
7. Udział w Promocji jest dobrowolny.
8. Celem Promocji jest zwiększanie rozpoznawalności produktów marki TENA.
9. Promocja dotyczy wyłącznie Produktów, których zakup nie odbywa się z wykorzystaniem refundacji ze środków publicznych (produktów nier refundowanych).

§2

Zasady Promocji i przyznania rabatu

1. Uczestnicy Promocji, którzy dokonają od dystrybutora współpracującego z Organizatorem Produktów objętych promocją, przy spełnieniu warunków, o których mowa w §1 ust. 5 powyżej, otrzymają na ten zakup rabat w wysokości:
 - a) 5% od ceny zakupu netto Produktów od dystrybutora, o którym mowa powyżej oraz
 - b) 20% wartości sprzedaży netto Produktów, w okresie trwania Promocji po każdym miesiącu podmiot biorący udział w promocji przedstawi raport, który będzie zawierał sprzedaż produktów promocyjnych w okresie promocji w rozbiu na każdy punkt sprzedaży.
2. Rabat, o którym mowa w ust. 1 pkt a) powyżej, zostanie rozliczony na podstawie raportu przygotowanego przez Uczestnika, zawierającego dane dotyczące m.in. liczby opakowań Produktów objętych promocją odsprzedanych w danym miesiącu, dane aptek dokonujących odsprzedaży oraz wartości dokonanej odsprzedaży. [...]
3. Rabat, o którym mowa w ust. 1 pkt b) powyżej, zostanie rozliczony na podstawie raportu przedstawianego przez Uczestnika po każdym miesiącu trwania Promocji, zawierającego informację o sprzedaży Produktów w okresie objętym Promocją, w rozbiu na każdy punkt sprzedaży.
4. Rabat ma charakter przepływowy i może zostać przez Uczestników przełożony na:
 - a) 5% - poprawę marży w punkcie sprzedaży Uczestnika;
 - b) 20% - obniżenie ceny dla ostatecznego nabywcy produktu w punkcie sprzedaży.

§3

Postanowienia końcowe

1. Udział w Promocji jest równoznaczny z akceptacją zasad niniejszego Regulaminu.
2. Regulamin jest dostępny w siedzibie Organizatora.
3. Organizator zastrzega sobie prawo do zakończenia Promocji w dowolnym momencie jej trwania oraz do zmiany postanowień niniejszego Regulaminu, o czym niezwłocznie poinformuje Uczestników poprzez udostępnienie zmienionej wersji Regulaminu w sposób wskazany w ust. 2 powyżej. Zmiana Regulaminu nie wpływa na prawa Uczestników nabyte przez dokonaniem zmiany Regulaminu przez Organizatora.

Commented [AG1]: Chcielibyśmy wystartować 1.07. I zakończyć promocję 31.12.2026. planujemy działać kwartalnie, czyli Q3 pierwsza część promocji na asortyment A, kwartał 4, druga część promocji na asortyment B - pliki prześlemy

Commented [AZG2R1]: Proponuję wprowadzić odrębne regulaminy na poszczególne kwartały. Będzie to chyba łatwiejsze do zapisania i bardziej przejrzyste.

Commented [AZG3]: Takie sformułowanie wskazuje, że nie chodzi tylko o apteki, ale również o punkty obrotu pozaaptecznego. Proszę o potwierdzenie, czy tak zostawiamy, czy wracamy jednak do aptek.

Commented [AG4R3]: Jedynie apteki. Mamy pytanie - ponieważ chcemy iść do konkretnych aptek sieciowych, czytając konkretnych sieci gdzie nasz udział jest poniżej rynkowego. Wybraliśmy konkretne sieci na podstawie danych odsprzedażowych (z apteki do pacjenta) => wyliczyliśmy jaka jest średniomiesięczna wartość odsprzedaży tych produktów do pacjenta po sieciach/aptekach. Wybraliśmy 4 sieci (Dr Max, Dr Zrowie, Rosa Łódź, Wracam do Zdrowia) gdzie średni poziom odsprzedaży miesięcznej nie przekracza 238pln. Czy taka droga doboru klientów do promocji jest w porządku?

Commented [AZG5R3]: Może tak być, należy to precyzyjnie opisać w Regulaminie.

Commented [AZG6]: Proszę o doprecyzowanie, czy chodzi o kwotę netto czy brutto.

Commented [AG7R6]: Warunek to będzie zakup kwartalny (nie miesięczny), na sztywną kwotę X w Q3 i Y w Q4- kwoty doprecyzujemy my, musimy je jeszcze policzyć finalnie - kwota będzie wyliczona na podstawie średnich sprzedaży wyznaczonych produktów plus określony wzrost %. Drugim warunkiem chcemy aby była konieczność zakupu pakietów na min 80% ilości aptek z danej sieci, np. Dr Max ma 560 aptek, czyli warunek to zakup do 448 aptek

Commented [AZG8R6]: Proszę o uzupełnienie odpowiednio.

Commented [AZG9]: j.w. - proszę o potwierdzenie, czy zmieniamy z powrotem na apteki.

Commented [AG10R9]: Tak, apteki

Commented [AZG11]: Tutaj proszę o doprecyzowanie, na podstawie jakich danych i przez kogo dostarczanych, będą Państwo wyliczać ten rabat.

Commented [AG12R11]: Podstawą rozliczenia będzie raport odsprzedażowy przesłany przez klienta (po aptekach) zawierający dane: ilość opakowań produktów objętych promocją odsprzedanych w danym miesiącu, dane teleadresowe aptek z dokonaną odsprzedażą. Pytanie => czy możemy oczekiwać od klienta realnych cen odsprzedaży, jako punktu wyjścia do wyliczenia rabatu

Commented [AZG13R11]: Powinny być to wartości zbiorcze, które nie będą zawierać informacji o cenach odsprzedaży.

Commented [AZG14]: Proszę o potwierdzenie, czy ten fragment zostaje. W mailu został zaznaczony na czerwono.

Commented [AG15R14]: Rozumiem, że nie możemy jednoznacznie tego zaznaczyć? Chodzi mi o część 20%, aby zawsze przełożona była na obniżenie ceny dla pacjenta. Pytamy, ponieważ chcemy wykluczyć taką możliwość, że jakaś sieć nie przełoży 20% na obniżenie ceny dla pacjenta a postanowi jedynie poprawić marżę.

Commented [AZG16R14]: Nie, nie możemy narzucać konieczności zastosowania rabatu.

4. W kwestiach nieobjętych postanowieniami niniejszego Regulaminu stosuje się właściwe przepisy prawa polskiego.