

REGULAMIN OGÓLNY SKLEPU INTERNETOWEGO

§1 Definicje

Ilekróć w regulaminie mowa o:

1. **Sprzedawcy lub Usługodawcy** – należy przez to rozumieć podmiot wskazany w Karcie Informacyjnej.
2. **Kliencie** – należy przez to rozumieć każdą osobę fizyczną, która posiada pełną zdolność do dokonywania czynności prawnych, osobę fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, jakiej przepisy szczególne przyznają zdolność prawną, które składają zamówienie w Sklepie Internetowym.
3. **Kliencie Konsumentie** – należy przez to rozumieć Klienta będącego konsumentem w rozumieniu art. 22¹kc.
4. **Kliencie Przedsiębiorcy** – należy przez to rozumieć Klienta będącego przedsiębiorcą w rozumieniu art. 43¹kc.
5. **Stronie Internetowej** – należy przez to rozumieć serwis internetowy prowadzony i utrzymywany przez Sprzedawcę pod adresem wskazanym w Karcie Informacyjnej.
6. **Sklepie Internetowym** – należy przez to rozumieć zorganizowany system zawierania umów na odległość stanowiący sklep internetowy prowadzony i utrzymywany przez Sprzedawcę pod adresem wskazanym w Karcie Informacyjnej który umożliwia Klientom składanie zamówień na Produkty oferowane przez Sprzedawcę za pośrednictwem tego serwisu internetowego i zgodnie z jego Regulaminem.
7. **Regulaminie** – należy przez to rozumieć niniejszy dokument, który w szczególności określa warunki korzystania przez Klienta ze Sklepu Internetowego.
8. **Załączniku** - należy przez to rozumieć stanowiący integralną część Regulaminu dokument, który rozszerza lub uzupełnia jego treść w zakresie dodatkowych postanowień.
9. **Regulaminie Produktu** – należy przez to rozumieć Załącznik, który rozszerza lub uzupełnia postanowienia Regulaminu w zakresie poszczególnych rodzajów Produktów.
10. **Karcie Informacyjnej** – należy przez to rozumieć Załącznik, który rozszerza lub uzupełnia postanowienia Regulaminu o najważniejsze informacje o Sprzedawcy i Sklepie Internetowym.
11. **Polityce Prywatności** – należy przez to rozumieć dokument dostępny pod adresem wskazanym w Karcie Informacyjnej i stanowiący zbiór informacji dotyczących zasad oraz warunków, na jakich funkcjonuje Strona Internetowa i Sklep Internetowy, a także pouczeń dotyczących postępowania z danymi osobowymi oraz wykonywania praw przez osoby, których dane te dotyczą.
12. **Umowie Sprzedaży** – należy przez to rozumieć umowę sprzedaży Produktu w rozumieniu art. 535 kc, umowę o świadczenie usług w rozumieniu art. 750 kc lub umowę o wykonanie dzieła w rozumieniu art. 627 kc zawieraną przez Klienta i Sprzedającego za pośrednictwem Sklepu Internetowego. Umowa Sprzedaży zawierana jest na odległość w rozumieniu art. 2 ppkt.1 ustawy o prawach konsumenta.
13. **Warunkach Sprzedaży** – należy przez to rozumieć dodatkowe warunki i zastrzeżenia umieszczone przez Sprzedawcę w opisie Produktu opublikowanym na Sklepie Internetowym, które stanowią integralną część Umowy Sprzedaży.
14. **Umowie Rezerwacyjnej** – należy przez to rozumieć zobowiązanie Sprzedawcy do zapewnienia Klientowi pierwszeństwa w nabyciu Produktu na warunkach określonych w Warunkach Rezerwacji.
15. **Warunkach Rezerwacji** – należy przez to rozumieć dodatkowe warunki i zastrzeżenia umieszczone przez Sprzedawcę w opisie Produktu opublikowanym w Sklepie Internetowym, które stanowią integralną część Umowy Rezerwacyjnej.
16. **Zamówieniu** – należy przez to rozumieć oświadczenie woli zawarcia Umowy Sprzedaży składane Sprzedawcy przez Klienta za pośrednictwem Sklepu Internetowego.
17. **Potwierdzeniu Zamówienia** – należy przez to rozumieć potwierdzenie przyjęcia Zamówienia, które przesyłane jest Klientowi przez Sprzedawcę za pośrednictwem korespondencji elektronicznej i z wykorzystaniem zautomatyzowanego systemu teleinformatycznego Sklepu Internetowego.
18. **Trwałym Nośniku** – należy przez to rozumieć trwały nośnik w rozumieniu art. 2 ppkt. 4 ustawy o prawach konsumenta, a w szczególności papier i korespondencję elektroniczną (e-mail).

19. **Kodzie Promocyjnym** – należy przez to rozumieć treść cyfrową, która nie jest zapisana na nośniku materialnym, stanowiącą unikalny kod, który uprawnia Klienta lub posługującą się tym Kodem Promocyjnym osobę trzecią (Posiadacza Kodu) do obniżenia Ceny Produktu w Sklepie Internetowym lub uzyskania innych preferencyjnych Warunków Sprzedaży.
20. **Posiadacz Kodu** – należy przez to rozumieć osobę fizyczną lub prawną, która posłużyła się Kodem Promocyjnym przy składaniu Zamówienia w Sklepie Internetowym, a weszła w jego posiadanie w inny sposób aniżeli jego zakup w Sklepie Internetowym.
21. **Koncie** – należy przez to rozumieć konto w Sklepie Internetowym, które zostało przydzielone Klientowi po skorzystaniu z dostępnej w Sklepie Internetowym funkcjonalności pozwalającej na jego założenie.
22. **Umowie o Prowadzenie Konta** – należy przez to rozumieć umowę o utrzymywanie przez Sprzedawcę Konta Klienta w Sklepie Internetowym i umożliwienie Klientowi korzystanie z jego funkcjonalności.
23. **Cenie** – należy przez to rozumieć zarówno cenę rozumieniu art. 535 kc, wynagrodzenie w rozumieniu art. 735 kc i art. 627 kc oraz wszelkie inne świadczenia pieniężne, jakie Klient ma spełnić na rzecz Sprzedawcy w wykonaniu Umowy Sprzedaży.
24. **Dniach Roboczych** – należy przez to rozumieć dni od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni wolnych od pracy w rozumieniu ustawy z dnia 18 stycznia 1951 r. o dniach wolnych od pracy (t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 90).
25. **Koszyku** – należy przez to rozumieć funkcjonalność Sklepu Internetowego pozwalającą Klientowi na gromadzenie wybranych przez siebie Produktów oraz określanie warunków Umowy Sprzedaży przed złożeniem Zamówienia.
26. **Produkcie** – należy przez to rozumieć w szczególności rzecz ruchomą, treść cyfrową, usługę, usługę cyfrową lub towar z elementami cyfrowymi, które mogą być przez Klienta nabyte za pośrednictwem Sklepu Internetowego i na dodatkowych warunkach określonych w poszczególnych Regulaminach Produktów.
27. **Usługach Posprzedazowych** – należy przez to rozumieć usługi dodatkowe związane z Produktem, które Sprzedawca może świadczyć na rzecz Klienta po wykonaniu Umowy Sprzedaży i na warunkach określonych w odrębnej umowie.
28. **Bramce Płatności** – należy przez to rozumieć obsługę płatności bezgotówkowych zapewnianą przez podmioty wskazane w Karcie Informacyjnej.
29. **Kurierze** – należy przez to rozumieć określonych w Karcie Informacyjnej przewoźników wybranych przez Sprzedawcę, którym powierzona zostanie usługa dostarczenia i wydania Produktu Klientowi.
30. **prawie autorskim** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1062 z późn. zm.).
31. **ustawie o prawach konsumenta** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 683 z późn. zm.).
32. **ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1219 z późn. zm.).
33. **kc lub kodeksie cywilnym** – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1025 z późn. zm.).
34. **RODO** – należy przez to rozumieć rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. U. UE. L. z 2016 r. Nr 119, str. 1 z późn. zm.).

§2 Sprzedawca

1. Sklep Internetowy prowadzi Sprzedawca.
2. Sprzedawca prowadzi działalność gospodarczą na zasadach określonych w ustawie z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców (Dz. U. poz. 646 z późn. zm.).

3. Potwierdzenie poprawności danych Sprzedawcy, w zależności od formy, w jakiej prowadzi on działalność gospodarczą, Klient może uzyskać w:
 - a. Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej - <https://aplikacja.ceidg.gov.pl/ceidg/ceidg.public.ui/search.aspx>, lub
 - b. Krajowym Rejestrze Sądowym - <https://ekrs.ms.gov.pl/web/wyszukiwarka-krs/strona-glowna/index.html>.
4. Numer rachunku bankowego Sprzedawcy wskazany jest w Karcie Informacyjnej.
5. Status Sprzedawcy, o którym mowa w zaleceniu 2003/361/WE wskazany jest w Karcie Informacyjnej.
6. Wszystkie treści opublikowane na Stronie Internetowej i w Sklepie Internetowym stanowią własność Sprzedawcy, chyba że zastrzeżono inaczej. Kopiowanie, wprowadzanie do obrotu czy w inny sposób wykorzystywanie tych treści może skutkować naruszeniem autorskich praw majątkowych Sprzedawcy lub stanowić czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 1913 z późn. zm.).
7. Sprzedawcą/Usługodawcą jest LightUp Monika Dębska-Korzec Mników 459 32-084 Morawica NIP: 6852191784
8. Numer rachunku bankowego Sprzedawcy to 45 1050 1445 1000 0091 0858 8683
9. Sprzedawca jest mikroprzedsiębiorcą.
10. Sprzedawca korzysta z następujących środków komunikowania się na odległość:
 - a. e-mail: monika@agencja-lightup.pl
 - b. telefon: +48 692 232 178

§3 Klienci

1. Regulamin wiąże wszystkich Klientów korzystających ze Sklepu Internetowego.
2. Regulamin, o ile wyraźnie w nim to zastrzeżono, może odmiennie regulować prawa i obowiązki Klientów Konsumentów oraz Klientów Przedsiębiorców.
3. Przepisy Kodeksu cywilnego, do których odsyła Regulamin, mogą odmiennie regulować prawa oraz obowiązki Klienta Konsumenta i Klienta Przedsiębiorcy.
4. Postanowienia Regulaminu dotyczące Klienta Konsumenta stosuje się odpowiednio do osoby fizycznej zawierającej umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie posiada ona dla niej charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Zakres ochrony konsumenckiej osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą określa w szczególności ustawa o ochronie praw konsumentów.

§4 Regulamin

1. Integralną częścią Regulaminu są:
 - a. Karta Informacyjna i Regulaminy Produktów;
 - b. Warunki Sprzedaży dla każdego z Produktów;
 - c. Polityka Prywatności.
2. W przypadku sprzeczności pomiędzy postanowieniami Regulaminu i Warunków Sprzedaży pierwszeństwo mają postanowienia Warunków Sprzedaży.
3. Regulamin dostępny jest na Stronie Internetowej i może być przez Klienta w każdym czasie odczytany, pobrany, a jego treść utrwalona w szczególności poprzez jego wydrukowanie lub zapisanie na nośniku.
4. Regulamin obowiązuje od dnia jego publikacji na Stronie Internetowej.

5. Zmiany Regulaminu obowiązują od dnia ich publikacji na Stronie Internetowej, chyba że Regulamin stanowi inaczej.
6. Sprzedawca z odpowiednim wyprzedzeniem powiadomi Klientów o planowanych zmianach w Regulaminie, przyczynach i skutkach tych zmian, a także o terminie w jakim zmieniony Regulamin zostanie opublikowany na Stronie Internetowej i będzie miał zastosowanie do później zawartych Umów Sprzedaży.
7. Do Umów Sprzedaży zawartych w czasie, w którym nastąpiła zmiana Regulaminu, stosuje się Regulamin w brzmieniu z dnia dokonania Zamówienia przez Klienta.
8. Sprzedawca zapewni Klientowi dostęp do Regulaminów w brzmieniu sprzed dokonania w nich zmian.

§5 Wymogi techniczne

1. Usługi w Sklepie Internetowym świadczone są dwadzieścia cztery (24) godziny na dobę i przez siedem (7) dni w tygodniu.
2. Usługi i czynności w Sklepie Internetowym, które świadczone są tylko w określonych dniach i godzinach, określa Regulamin.
3. W celu skorzystania ze Sklepu Internetowego Klient musi posługiwać się systemem teleinformatycznym spełniającym następujące, minimalne wymogi techniczne:
 - a. komputer lub urządzenie mobilne (urządzenie końcowe);
 - b. dostęp do internetu;
 - c. dostęp do poczty elektronicznej (e-mail);
 - d. przeglądarka internetowa (Sprzedawca dołoży należytej staranności, aby Sklep Internetowy był prawidłowo obsługiwany przez aktualne wersje przeglądarek Microsoft Internet Edge, Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera oraz Apple Safari).
4. Korzystając z usług świadczonych drogą elektroniczną, Klient powinien stosować środki techniczne (programy antywirusowe, zapory sieciowe) w celu zminimalizowania ryzyka wystąpienia zagrożeń związanych z korzystaniem z sieci internet (np.: szkodliwe/złośliwe oprogramowanie).
5. Sprzedawca dołoży należytej staranności, aby zapewnić nieprzerwane funkcjonowanie Sklepu Internetowego z wyłączeniem działania siły wyższej, bezprawnego działania osób trzecich, mającego na celu zniszczenie lub zakłócenie działania systemu teleinformatycznego oraz nieprawidłowego lub niedającego się przewidzieć działania przeglądarek internetowych (błędy, aktualizacje, nieobsługiwane funkcjonalności).

§6 Komunikacja

1. Klient może porozumieć się ze Sprzedawcą za pomocą środków komunikowania się na odległość określonych w Karcie Informacyjnej.
2. Kontakt ze Sprzedawcą jest możliwy w Dni Robocze i w godzinach określonych w Karcie Informacyjnej.
3. Sprzedawca dołoży należytej staranności, aby Klient mógł szybko i efektywnie kontaktować się z nim z wykorzystaniem wskazanych w Regulaminie środków komunikowania się na odległość.
4. Strona Internetowa może wskazywać także inne środki komunikowania się stron na odległość.
5. Podstawową formą komunikacji stron, a w tym formą właściwą do składania wszelkich oświadczeń oraz dokonywania uzgodnień, będzie korespondencja elektroniczna (e-mail).
6. Klient może składać oświadczenia Sprzedawcy także z zachowaniem formy pisemnej, przysyłając je na wskazany w Karcie Informacyjnej adres za pośrednictwem przesyłek rejestrowanych, o których mowa w ustawie z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 896).
7. Klient w kontaktach ze Sprzedawcą powinien w miarę możliwości wykorzystywać adres e-mail wskazany przez siebie w Zamówieniu.
8. Koszty korzystania ze środków komunikowania się Klienta Konsumenta ze Sprzedawcą na odległość w celu zawarcia Umowy Sprzedaży odpowiadają zwykle stosowanym i są uzależnione od cennika operatora.

9. Opłata za połączenie się przez Klienta Konsumenta z numerem telefonu Sprzedawcy wskazanym w Karcie Informacyjnej nie jest wyższa niż opłata za zwykłe połączenie telefoniczne, zgodnie z pakietem taryfowym dostawcy usług, z którego korzysta Klient Konsument.

§7 Sklep Internetowy

1. Korzystanie ze Sklepu Internetowego przez Klienta oznacza każde jego zapoznanie się z treściami opublikowanymi przez Sprzedawcę.
2. Korzystanie ze Sklepu Internetowego przez Klienta powinno odbywać się w sposób:
 - a. zgodny z prawem;
 - b. zgodny z dobrymi obyczajami;
 - c. zgodny z Regulaminem;
 - d. niezakłócający jego funkcjonowania;
 - e. nieuciążliwy dla innych Klientów i Sprzedawcy.
3. Sprzedawca może w ramach Sklepu Internetowego organizować i prowadzić konkursy lub promocje, a ich warunki każdorazowo może określać odrębny regulamin lub Warunki Sprzedaży.
4. Promocje prowadzone w Sklepie Internetowym nie podlegają łączeniu, chyba że ich regulamin lub oferta prezentowana w Sklepie Internetowym stanowią inaczej.
5. Sklep Internetowy pozwala na zawieranie Umów Sprzedaży wyłącznie pomiędzy Sprzedawcą i Klientami.

§8 Konto

1. Postanowienia niniejszego paragrafu mają zastosowanie jedynie wtedy, kiedy Sprzedawca umożliwił Klientowi założenie i utrzymywanie Konta w Sklepie Internetowym.
2. Zapoznanie się z ofertą Sprzedawcy prezentowaną w Sklepie Internetowym nie wymaga założenia Konta.
3. Klient może założyć Konto w Sklepie Internetowym z wykorzystaniem formularza „załóż konto” lub innego, wskazanego w Karcie Informacyjnej.
4. Skuteczne założenie Konta wymaga podania przez Klienta w formularzu „załóż konto” danych określonych w Karcie Informacyjnej.
5. Klient powinien dochować należytej staranności, aby dane wprowadzone przez niego do formularza „załóż konto” były poprawne i zgodne z prawdą.
6. Rozpoczęcie korzystania z Konta przez Klienta następuje poprzez zalogowanie się z wykorzystaniem loginu i hasła utworzonego przez Klienta w procesie zakładania Konta.
7. Klient zobowiązany jest nie udostępniać Konta osobom trzecim, ani też nie przekazywać nikomu loginu i hasła utworzonego w procesie zakładania Konta. Sprzedawca w żadnym przypadku nie będzie zwracać się do Klienta o podanie jego hasła lub innych danych dostępowych do Konta.
8. W przypadku utraty dostępu do hasła Klient może wygenerować nowe hasło, korzystając z formularza „nie pamiętam hasła” lub innego, wskazanego w Karcie Informacyjnej.
9. Korzystanie z pełnej funkcjonalności Sklepu Internetowego przez Klienta może wymagać Założenia Konta. Sprzedawca umieści w Sklepie Internetowym informacje o funkcjonalnościach dostępnych jedynie dla Klientów posiadających Konto.
10. Założenie i utrzymywanie Konta w Sklepie Internetowym przez Klienta jest nieodpłatne.
11. Utrzymywanie Konta w Sklepie Internetowym następuje w ramach Umowy o Prowadzenie Konta zawartej w momencie rejestracji Konta przez Klienta. Umowa ta zawarta jest na czas nieokreślony.
12. Zmiany Regulaminu w zakresie Umów o Prowadzenie Konta wchodzi w życie w terminie czternastu (14) dni od dnia ich publikacji na Stronie Internetowej. Sprzedawca poinformuje Klienta o planowanych zmianach z odpowiednim wyprzedzeniem. W przypadku braku akceptacji Klienta dla zmian Regulaminu w części dotyczącej Umów na Prowadzenie Konta może on zażądać usunięcia swojego Konta. W takim przypadku przyjmuje się, że żądanie usunięcia Konta stanowi jednocześnie wypowiedzenie Umowy o Utrzymywanie Konta ze skutkiem natychmiastowym, a Sprzedawca niezwłocznie uczyni zadość żądaniu Klienta.

13. Klient może w każdym czasie zażądać usunięcia Konta przez Sprzedawcę. W takim przypadku przyjmuje się, że żądanie usunięcia Konta stanowi jednocześnie wypowiedzenie ze skutkiem natychmiastowym Umowy o Utrzymywanie Konta, a Sprzedawca niezwłocznie uczyni zadość żądaniu Klienta.
14. Konto usunięte nie podlega przywróceniu. W celu skorzystania z funkcjonalności Sklepu Internetowego powiązanych z wymogiem posiadania Konta Klient powinien ponownie założyć Konto.
15. W przypadku naruszenia przez Klienta Regulaminu Sprzedawca może wezwać Klienta do zaprzestania naruszeń i wyznaczyć mu w tym celu odpowiedni termin. Brak uczynienia zadość wezwaniu Sprzedawcy przez Klienta uprawnia Sprzedawcę do wypowiedzenia Umowy o Utrzymywanie Konta z zachowaniem czternastodniowego (14) okresu wypowiedzenia. Po upływie okresu wypowiedzenia Sprzedawca niezwłocznie usunie konto Klienta i zakończy świadczenie na jego rzecz dalszych usług.

§9 Produkty

1. Eksponowanie Produktów przez Sprzedawcę za pośrednictwem Sklepu Internetowego stanowi zaproszenie do zawarcia Umowy Sprzedaży w rozumieniu art. 71 kc.
2. Produkty eksponowane przez Sprzedawcę za pośrednictwem Sklepu Internetowego:
 - a. są wolne od wad prawnych;
 - b. są dopuszczone do obrotu;
 - c. mogą być nabywane przez Klientów bez uzyskania jakichkolwiek pozwoleń lub koncesji.
3. Sprzedawca, bez wpływu na już zawarte Umowy Sprzedaży, może w każdym czasie:
 - a. dodawać Produkty do Sklepu Internetowego;
 - b. usuwać Produkty ze Sklepu Internetowego;
 - c. ograniczać lub zwiększać sprzedaż określonych Produktów;
 - d. zmieniać Warunki Sprzedaży Produktów.
4. Sprzedawca może za pośrednictwem Sklepu Internetowego informować o ilości Produktów dostępnych do sprzedaży (stan magazynu).
5. Sprzedawca każdorazowo za pośrednictwem Sklepu Internetowego będzie publikował istotne informacje dotyczące Produktów, a w szczególności opis ich funkcjonalności, cech, zastosowań lub warunków, na jakich są zbywane lub świadczone (Warunki Sprzedaży).

§10 Warunki Sprzedaży

1. Każdy Produkt posiada Warunki Sprzedaży.
2. Warunki Sprzedaży mogą w szczególności dotyczyć:
 - a. Ceny;
 - b. parametrów Produktu;
 - c. promocji i obniżek Ceny dotyczących Produktu;
 - d. warunków dostarczenia Produktu;
 - e. czasu dostarczenia Produktu (czas dostawy);
 - f. czasu wykonania lub spersonalizowania Produktu (czas realizacji).
3. Warunki Sprzedaży mogą przewidywać obowiązek współdziałania Klienta ze Sprzedawcą. W takim przypadku Klient zobowiązuje się podejmować działania określone w Warunkach Sprzedaży w sposób niezwłoczny i z zachowaniem należytej staranności.
4. Opóźnienie Klienta z wykonaniem obowiązków określonych w Warunkach Sprzedaży przedłuża o czas tego opóźnienia termin, w jakim Sprzedawca miał wykonać swoje zobowiązanie w stosunku do Klienta.
5. Warunki Sprzedaży obowiązują od dnia ich publikacji w Sklepie Internetowym.
6. Zmiany Warunków Sprzedaży obowiązują od dnia ich publikacji w Sklepie Internetowym.
7. Do Umów Sprzedaży zawartych w czasie, w którym nastąpiła zmiana Warunków Sprzedaży, stosuje się Warunki Sprzedaży w brzmieniu z dnia dokonania Zamówienia przez Klienta.

§11 Zamówienie

1. Klient może zamówić Produkty dostępne w Sklepie Internetowym z wykorzystaniem formularza „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innego, wskazanego w Karcie Informacyjnej.
2. W celu złożenia Zamówienia Klient powinien:
 - a. wybrać Produkt, ewentualnie określić jego pożądane cechy i parametry, a następnie umieścić go w Koszyku z wykorzystaniem przycisku „dodaj do koszyka”;
 - b. po zakończeniu wyboru Produktów wejść w Koszyk z wykorzystaniem przycisku „koszyk”;
 - c. użyć przycisku „zamówienie z obowiązkiem zapłaty”;
 - d. wybrać sposób dostawy;
 - e. wybrać formę płatności.
3. Składając Zamówienie, Klient z wykorzystaniem funkcjonalności Sklepu Internetowego dodatkowo potwierdza, że:
 - a. zapoznał się z Regulaminem i akceptuje jego warunki;
 - b. zapoznał się z Warunkami Sprzedaży i akceptuje ich postanowienia;
 - c. jego Zamówienie ma charakter kompletny i ostateczny;
 - d. składa Zamówienie, akceptując, że skutkuje to powstaniem po jego stronie obowiązku zapłaty Ceny;
 - e. wskazuje adres e-mail, przy użyciu którego będzie prowadzona korespondencja;
 - f. wskazuje dane niezbędne do wystawienia faktury lub innego dokumentu księgowego.
4. Składając Zamówienie, Klient może dodatkowo:
 - a. skorzystać z posiadanego Kodu Promocyjnego;
 - b. umieścić w formularzu Zamówienia dodatkowe uwagi lub wskazówki dla Sprzedawcy.
5. Wypełnienie i przesłanie przez Klienta formularza „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” stanowi ofertę zawarcia Umowy Sprzedaży Produktów określonych przez Klienta w Zamówieniu.
6. Najpóźniej w chwili składania przez Klienta Konsumenta Zamówienia Sprzedawca ma obowiązek uzyskać wyraźną zgodę Klienta Konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnioną Cenę z tytułu wykonania Umowy Sprzedaży. W przypadku zastosowania jedynie domyślnych opcji, które Klient Konsument musi odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności wykraczającej poza uzgodnioną Cenę, przyjmuje się, że Klient Konsument ma prawo zwrotu środków, które uiszczył na rzecz Sprzedawcy jako rzezoną dodatkową płatność.
7. W przypadku braku wskazania przez Klienta danych niezbędnych do wystawienia faktury Sprzedawca wystawi inny dokument księgowy, jaki będzie właściwy dla Zamówienia.

§12 Kod Promocyjny

1. Postanowienia Regulaminu dotyczące Klientów stosuje się odpowiednio do Posiadaczy Kodu, chyba że Regulamin stanowi inaczej.
2. Postanowienia Regulaminu dotyczące Produktów stosuje się odpowiednio do Kodów Promocyjnych, chyba że Regulamin stanowi inaczej.
3. Klient może nabyć Kod Promocyjny za pośrednictwem Sklepu Internetowego, otrzymać go od Sprzedawcy lub osoby trzeciej.
4. Kod Promocyjny może być wykorzystany jedynie w Sklepie Internetowym.
5. Każdy Kod Promocyjny posiada oznaczoną wartość, o którą po jego użyciu zostanie obniżona Cena Produktu będącego przedmiotem Zamówienia. Wartość Kodu Promocyjnego i szczególne warunki jego wykorzystania określają Warunki Sprzedaży, a w przypadku jego przekazania – Sprzedawca.
6. Wartość Kodu Promocyjnego odpowiada przypisanej mu kwocie brutto.
7. Skorzystanie z Kodu Promocyjnego modyfikuje Warunki Sprzedaży w sposób odpowiadający wartości Kodu Promocyjnego.
8. W celu skorzystania z Kodu Promocyjnego Klient powinien wprowadzić jego treść w polu „Użyj Kodu Promocyjnego” lub innym, wskazanym w Karcie Informacyjnej. Wypełnienie i przesłanie przez Klienta formularza „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” wraz Kodem Promocyjnym stanowi ofertę zawarcia Umowy Sprzedaży Produktów określonych przez Klienta w tym formularzu z wykorzystaniem Kodu Promocyjnego modyfikującego Warunki Sprzedaży.

9. Kod Promocyjny może być łączony z innymi promocjami, jeżeli Warunki Sprzedaży lub warunki uczestniczenia w promocji tak stanowią.
10. W przypadku utraty Kodu Promocyjnego Klient nie będzie uprawniony do otrzymania jego duplikatu lub zamiennika, chyba że utrata ta nastąpiła z winy Sprzedawcy.
11. Jeżeli przy składaniu Zamówienia na Produkty dostępne w Sklepie Internetowym:
 - a. wartość tych Produktów jest wyższa niż wartość Kodu Promocyjnego - Klient zobowiązany jest dopłacić Sprzedawcy różnicę w Cenie;
 - b. wartość tych Produktów jest równa wartości Kodu Promocyjnego - przyjmuje się, że Kod Promocyjny został wykorzystany w całości;
 - c. wartość tych Produktów jest niższa niż wartość Kodu Promocyjnego - przyjmuje się, że nowa wartość Kodu Promocyjnego odpowiada tej różnicy.
12. Sprzedawca może odmówić realizacji Zamówienia złożonego z wykorzystaniem Kodu Promocyjnego, jeżeli Klient wszedł w posiadanie Kodu Promocyjnego w sposób naruszający powszechnie obowiązujące prawo lub Regulamin, a w szczególności, gdy wszedł w jego posiadanie poprzez pokonanie lub ominięcie zabezpieczeń systemu teleinformatycznego Sklepu Internetowego lub wyzyskanie błędu Sprzedawcy.
13. Kod Promocyjny nie może zostać nabyty w zamian za inny Kod Promocyjny.
14. Kod Promocyjny nie może być łączony z innymi Kodami Promocyjnymi.
15. Wartość Kodu Promocyjnego nie może zostać zwiększona.
16. Kod Promocyjny nie podlega wymianie na środki pieniężne lub Kody Promocyjne o mniejszej wartości.
17. Kod Promocyjny zachowuje ważność przez okres wskazany w Warunkach Sprzedaży lub przez Sprzedającego, a po upływie tego okresu wygasa. Kod Promocyjny, który wygasł, nie może być wykorzystywany przy składaniu Zamówienia.
18. Okres ważności Kodu Promocyjnego nie może zostać skrócony ani wydłużony.
19. Koszt Dostawy Kodu Promocyjnego nie jest wliczony w Cenę i obciąża Sprzedawcę.
20. W zakresie Kodów Promocyjnych Sprzedawca informuje Klienta Konsumenta, że po dostarczeniu przez niego tych treści cyfrowych przed upływem terminu do odstąpienia od umowy Klient Konsument traci prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży Kodu Promocyjnego stosownie do treści art. 38 ust. 1 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.
21. Klient Konsument, składając Zamówienie na Kod Promocyjny, wyraża zgodę Sprzedawcy na jego dostarczenie przed upływem terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży w rozumieniu art. 38 ust. 1 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.
22. Klient Konsument może odstąpić od Umowy Sprzedaży zawartej przy wykorzystaniu Kodu Promocyjnego. W takim przypadku Sprzedawca, w zależności od warunków, na jakich została zawarta Umowa Sprzedaży, może zwrócić Klientowi Konsumentowi odpowiednią część Ceny poprzez wygenerowanie i przekazaniu mu Kodu Promocyjnego.

§13 Umowa Sprzedaży

1. Umowę Sprzedaży uważa się za zawartą, jeżeli w odpowiedzi na wypełnienie i przysłanie przez Klienta formularza „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” Sprzedawca niezwłocznie prześle Klientowi Potwierdzenie Zamówienia na Trwałym Nośniku, co stanowić będzie oświadczenie o przyjęciu oferty i zawarciu Umowy Sprzedaży. W każdym jednak przypadku Umowa Sprzedaży będzie uznana za zawartą nie wcześniej niż przed uiszczeniem Ceny przez Klienta.
2. Klient wyraża zgodę na dostarczenie mu przez Sprzedawcę potwierdzenia Zamówienia jedynie za pośrednictwem poczty elektronicznej stanowiącej Trwały Nośnik.
3. Po przesłaniu Potwierdzenia Zamówienia oraz otrzymaniu Ceny Sprzedawca niezwłocznie przystępuje do wykonania Umowy Sprzedaży.
4. Umowa Sprzedaży zawarta zostanie w języku polskim.
5. Prawem właściwym dla zawartej Umowy Sprzedaży będzie prawo polskie.

§14 Czas Trwania Umowy Sprzedaży

1. Z uwagi na rodzaj Produktu lub sposób jego dostarczenia Warunki Sprzedaży mogą określać czas trwania Umowy Sprzedaży.
2. Jeżeli Umowa Sprzedaży została zawarta na czas nieoznaczony lub ma ulegać automatycznemu przedłużaniu, to Warunki Sprzedaży wskazywać będą sposób i przesłanki wypowiedzenia Umowy Sprzedaży.

§15 Zmiany Umowy Sprzedaży

1. Strony w drodze negocjacji mogą zmienić Umowę Sprzedaży, a w szczególności:
 - a. zmodyfikować warunki określone w Zamówieniu;
 - b. zmodyfikować Warunki Sprzedaży;
 - c. zmienić rodzaj dokumentu księgowego, jaki Sprzedawca dostarczy Klientowi;
 - d. objąć nią dostarczenie lub wykonanie dodatkowych Produktów.
2. Ustalone w toku negocjacji warunki zmiany Umowy Sprzedaży będą każdorazowo przedstawiane Klientowi przez Sprzedawcę. Po przedstawieniu oferty zmiany Umowy Sprzedaży Klient może ją przyjąć bez zastrzeżeń lub przystąpić do dalszych negocjacji. Strony wyłączają możliwość zawarcia lub zmiany umowy w toku negocjacji w rozumieniu art. 72 §1 kc.
3. W przypadku braku odpowiedzi Klienta na ofertę zmiany Umowy Sprzedaży Sprzedawca może wyznaczyć Klientowi odpowiedni termin na jej przyjęcie lub kontynuowanie negocjacji, a bezskuteczny upływ terminu powoduje, że oferta przestaje obowiązywać (wygasa). W przypadku braku odmiennego zastrzeżenia oferta wygasa z upływem siedmiu (7) Dni Roboczych od jej przedstawienia Klientowi.
4. Wszelkie ustalenia Stron modyfikujące warunki Umowy Sprzedaży mogą następować w dowolnej, wybranej przez Strony formie, ale poczynione zmiany będą uważane za skuteczne jedynie pod warunkiem, że:
 - a. Sprzedawca prześle Klientowi e-mail zawierający podsumowanie dokonanych ustaleń i modyfikacji wraz z wyraźną prośbą o ich zaakceptowanie (dalej „E-mail Podsumowujący”);
 - b. Klient w odpowiedzi na E-maila Podsumowującego jednoznacznie potwierdzi wyszczególnione przez Sprzedawcę zmiany i modyfikacje.
5. Klient nie może potwierdzić E-maila Podsumowującego jedynie częściowo lub zastrzeżeniem zmian.

W takim przypadku poczynione zmiany i zastrzeżenia uważa się za bezskuteczne. W razie potrzeby Strony ponownie przystąpią do negocjacji, a po ich zakończeniu Sprzedawca prześle Klientowi zaktualizowanego E-maila Podsumowującego.
6. Potwierdzony przez Klienta E-mail Podsumowujący staje się częścią Umowy Sprzedaży.
7. Wszelkie zmiany Umowy Sprzedaży dokonywane z pominięciem powyższego trybu uważane będą za nieważne, chyba że strony zachowają formę pisemną.

§16 Umowa Rezerwacyjna

1. Do Umowy Rezerwacyjnej stosuje się odpowiednio postanowienia Regulaminu dotyczące Umowy Sprzedaży.
2. Do Warunków Rezerwacji stosuje się odpowiednio postanowienia Regulaminu dotyczące Umowy Sprzedaży.
3. Umowa Rezerwacyjna nie stanowi umowy przedwstępnej w rozumieniu art. 389 kc.
4. Sprzedawca odpowiednio oznaczy Produkty, które mogą być przedmiotem Umowy Rezerwacyjnej.
5. Umowa Rezerwacyjna zawarta zostanie z chwilą przesłania przez Klienta formularza „rezerwuję produkt” lub innego, wskazanego w Karcie Informacyjnej.
6. Sprzedawca może w każdym czasie zmienić Warunki Rezerwacji. Zmiana Warunków Rezerwacji w żadnym jednak wypadku nie może zobowiązywać Klienta do nabycia Produktu będącego przedmiotem Umowy Rezerwacyjnej.
7. Sprzedawca zobowiązany jest w pierwszej kolejności zaoferować jego nabycie Klientom, którzy zawarli Umowę Rezerwacyjną na ten Produkt.

8. Sprzedawca określi termin, w jakim Klient może przyjąć ofertę na nabycie Produktu będącego przedmiotem Umowy Rezerwacyjnej. Po upływie wyznaczonego terminu oferta wygasa.
9. Klient nie jest zobowiązany do nabycia Produktu będącego przedmiotem Umowy Rezerwacyjnej.
10. Klient przyjmuje ofertę nabycia Produktu będącego przedmiotem Umowy Rezerwacyjnej, składając na niego Zamówienie.

§17 Cena

1. Ceny Produktów eksponowane przez Sprzedawcę za pośrednictwem Sklepu Internetowego:
 - a. płatne są z góry;
 - b. mają charakter zryczałtowany;
 - c. podawane są tylko w złotych polskich (PLN) lub także innych, wskazanych w Karcie Informacyjnej;
 - d. zawierają należny podatek VAT, chyba że Produkt objęty jest stawką 0% (zwolnienie przedmiotowe z VAT);
 - e. zawierają wszelkie inne opłaty i należności publiczno-prawne, jakie mogą być doliczone do Ceny, chyba że Produkt ma być dostarczony poza granice Rzeczypospolitej Polskiej;
 - f. nie zawierają kosztów dostawy Produktu, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
2. Karta Informacyjna określa, czy Ceny Produktów są indywidualnie dostosowywane na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji.
3. Sprzedawca może w każdym czasie podwyższyć Cenę, stosować obniżki Ceny lub inne formy promocji cenowych na Produkty.
4. Z chwilą zawarcia Umowy Sprzedaży wszelkie późniejsze modyfikacje Ceny Produktu dokonane przez Sprzedawcę pozostają bez wpływu na Cenę, jaką ma zapłacić Klient.
5. W każdym przypadku informowania o obniżeniu Ceny Produktu obok informacji o obniżonej Cenie Sprzedawca umieszcza również informację o najniższej Cenie tego Produktu, która obowiązywała w Sklepie Internetowym w okresie trzydziestu (30) dni przed wprowadzeniem tej obniżki Ceny. Jednakże, jeżeli Produkt oferowany jest w Sklepie Internetowym przez okres krótszy niż trzydzieści (30) dni, to Sprzedawca, obok informacji o obniżeniu Ceny, uwidoczni również informację o najniższej Cenie tego Produktu, która obowiązywała w okresie od dnia rozpoczęcia oferowania tego Produktu w Sklepie Internetowym do dnia wprowadzenia obniżki Ceny.

§18 Zapłata Ceny

1. Klient może zapłacić Sprzedawcy Cenę w sposób określony w Karcie Informacyjnej.
2. Jeżeli dany sposób zapłaty Ceny nie jest wskazany w Karcie Informacyjnej lub Warunkach Sprzedaży, przyjmuje się, że Sprzedawca nie przyjmuje tej formy zapłaty.
3. W przypadku dostawy Produktów:
 - a. na terenie Rzeczypospolitej Polskiej - Sprzedawca wystawia fakturę z należną stawką podatku VAT;
 - b. dla Klienta Przedsiębiorcy mającego siedzibę poza Rzeczpospolitą Polską, ale na terenie Unii Europejskiej, Sprzedawca może wystawić fakturę ze stawką 0% podatku VAT, jeżeli taka stawka znajduje zastosowanie;
 - c. dla Klienta Przedsiębiorcy mającego siedzibę poza terenem Unii Europejskiej Sprzedawca może wystawić fakturę z adnotacją o opodatkowaniu w kraju siedziby Klienta Przedsiębiorcy („*The Reversecharge is applicable*”).
4. Sprzedawca wystawi Klientowi fakturę lub inny dokument księgowy.
5. Klient wyraża zgodę na dostarczanie mu faktur lub innych dokumentów księgowych za pośrednictwem korespondencji elektronicznej.

§19 Odstąpienie

1. Klient Przedsiębiorca może odstąpić od Umowy Sprzedaży, jeżeli uprawnienie takie wynika z przepisów Kodeksu cywilnego lub innych ustaw.

2. Klient Konsument może odstąpić od Umowy Sprzedaży w terminie czternastu (14) dni. Początek biegu terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży określa art. 28 ustawy o prawach konsumenta.
3. Sprzedawca każdorazowo pouczy Klienta Konsumenta, gdy z uwagi na rodzaj Produktu będącego przedmiotem Umowy Sprzedaży Klientowi Konsumentowi nie będzie przysługiwać prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży z uwagi na wyjątek określony w art. 38 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta.
4. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży następuje poprzez złożenie przez Klienta Konsumenta oświadczenia o odstąpieniu. Sprzedawca udostępni w Regulaminach Produktów wzorec oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży, a na żądanie Klienta Konsumenta także dostarczy mu go za pośrednictwem poczty elektronicznej. Klient Konsument nie jest zobowiązany skorzystać ze wzorca oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży.
5. Do zachowania terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta wystarczające jest nadanie oświadczenia przed upływem terminu na złożenie oświadczenia o odstąpieniu.
6. W każdym przypadku Sprzedawca na Trwałym Nośniku niezwłocznie potwierdzi Klientowi Konsumentowi otrzymanie jego oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży.
7. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta nie wymaga przedstawienia jakiegokolwiek uzasadnienia dla tej czynności prawnej.
8. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Przedsiębiorcę powinno, pod rygorem jego nieważności, zawierać wskazanie okoliczności faktycznych uprawniających Klienta Przedsiębiorcę do złożenia oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży.
9. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta skutkuje:
 - a. uznaniem Umowy Sprzedaży za niezawartą (anulowanie Zamówienia);
 - b. powstaniem obowiązku Sprzedawcy do zwrotu wszystkich otrzymanych płatności, niezwłocznie a w każdym przypadku nie później niż w terminie czternastu (14) dni od dnia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta. Zwrot płatności nastąpi w sposób analogiczny do tego, w jaki została ona przez Klienta Konsumenta wniesiona, chyba że Klient Konsument zgodzi się na inny sposób zwrotu świadczenia, a który to nie będzie skutkował dla niego jakimikolwiek kosztami.

§20 Dostawa

1. Sprzedawca dostarczy Klientowi Produkt najpóźniej w terminie do trzydziestu (30) dni od zawarcia Umowy Sprzedaży, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
2. W przypadku, gdy Produkty będące przedmiotem Umowy Sprzedaży posiadają różne terminy dostawy, Sprzedawca zobowiązany jest dostarczyć je Klientowi najpóźniej z chwilą upływu najdłuższego z terminów dostawy zastrzeżonego dla Produktu objętego łączną Umową Sprzedaży.
3. Sprzedawca może dostarczyć Produkty Klientowi partiami. Koszty dodatkowych przesyłek obciążają Sprzedawcę.
4. Szczegółowe warunki dostawy i związane z nimi ograniczenia określają Warunki Sprzedaży.
5. Dostawa Produktów odbywa się wyłącznie na terenie wskazanym w Karcie Informacyjnej.
6. Dostawa Produktów odbywa się za pośrednictwem Kuriera wybranego przez Klienta z listy Kurierów dostępnej przy składaniu Zamówienia.
7. Sprzedawca może zawiadamiać Klienta o wydaniu Kurierowi przesyłki z Produktem.
8. Korzyści i ciężary związane z Produktem, a także ryzyko jego przypadkowej utraty lub uszkodzenia przechodzą:
 - a. na Klienta Przedsiębiorcę – z chwilą wydania Produktu Kurierowi;
 - b. na Klienta Konsumenta – na zasadach określonych w art. 548 §3 kc.
9. W przypadku braku możliwości doręczenia przesyłki z Produktem z przyczyn leżących po stronie Klienta przesyłka zostanie zwrócona przez Kuriera do Sprzedawcy. W takim przypadku Klient może odebrać przesyłkę z Produktem w miejscu wskazanym przez Sprzedawcę lub pokryć koszty jej ponownego doręczenia przez Kuriera wedle cennika tego dostawcy.

10. W przypadku braku możliwości doręczenia przesyłki z Produktem z przyczyn leżących po stronie Klienta Przedsiębiorcy, braku jej odbioru z miejsca wskazanego przez Sprzedawcę lub odmowy pokrycia kosztów jej ponownego doręczenia przez Klienta Przedsiębiorcę przez Kuriera przesyłka z Produktem po sześćdziesięciu (60) dniach będzie uważana za porzuconą w rozumieniu art. 180 kc. Sprzedawca może postąpić z porzuconą przesyłką wedle własnego uznania, a w szczególności ją zniszczyć lub zutylizować.
11. Koszt Dostawy Produktu nie jest wliczony w Cenę i obciąża Klienta, chyba że Regulamin lub Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
12. W przypadku przekazania danych osobowych Klienta do Kuriera w związku z dostarczaniem Produktu podanie danych jest wymagane w celu realizacji usługi transportowej i wydania Produktu Klientowi przez Kuriera.

§21 Gwarancja

1. Gwarancja na Produkt może być udzielona przez Sprzedawcę, producenta lub dystrybutora, a informacja w tym przedmiocie znajduje się w Warunkach Sprzedaży. W takim przypadku Sprzedawca wraz z Produktem wyda Klientowi dokument gwarancyjny, o który mowa w art. 577³kc.
2. Brak wzmianki w Warunkach Sprzedaży o udzielonej gwarancji oznacza, że na Produkt nie jest udzielona gwarancja.
3. Do gwarancji na Produkt udzielanej na rzecz Klienta Konsumenta stosuje się art. 43g ustawy o prawach konsumenta.

§22 Rękojmia

1. Jeżeli Sprzedawca ograniczył lub wyłączył rękojmię na Produkt w stosunku do Klienta Przedsiębiorcy, to informacja w tym przedmiocie zostanie umieszczona w Warunkach Sprzedaży.
2. Klient Przedsiębiorca traci uprawnienia z tytułu rękojmi, jeżeli nie zbadał Produktu w terminie trzech (3) Dni Roboczych od jego dostarczenia i nie zawiadomił niezwłocznie Sprzedawcy o wadzie, a w przypadku gdy wada wyszła na jaw dopiero później, jeżeli nie zawiadomił Sprzedawcy niezwłocznie po jej stwierdzeniu, w każdym jednak przypadku nie później niż w terminie pięciu (5) Dni Roboczych od stwierdzenia tej wady. Warunki Sprzedaży mogą określać dla Klienta Przedsiębiorcy inne terminy na zawiadomienie Sprzedawcy o wadzie.

§23 Niezgodność Towaru z Umową

1. Do Umów Sprzedaży zawieranych z Klientem Konsumentem nie stosuje się przepisów księgi trzeciej tytułu XI działu II Kodeksu Cywilnego.
2. Rozdział 5a i dalsze ustawy o prawach konsumenta określa w szczególności:
 - a. Przypadki, w jakich Produkt może być uznany za niezgodny z Umową Sprzedaży;
 - b. czasowe granice odpowiedzialności Sprzedawcy w przypadku niezgodności Produktu z Umową Sprzedaży;
 - c. uprawnienia Klienta Konsumenta w przypadku niezgodności Produktu z Umową Sprzedaży.

§24 Odpowiedzialność Sprzedawcy

1. Sprzedawca odpowiada względem Klienta Przedsiębiorcy za wadę fizyczną lub prawną Produktu na podstawie przepisów dotyczących rękojmi.

2. Sprzedawca odpowiada względem Klienta Konsumenta za zgodność Produktu z Umową Sprzedaży na podstawie ustawy o prawach konsumenta.
3. Domniemywa się, że brak zgodności Produktu z Umową Sprzedaży, który ujawnił się przed upływem dwóch (2) lat od chwili dostarczenia Produktu, istniał w chwili jego dostarczenia.
4. Sprzedawca odpowiada za działania lub zaniechania swoich podwykonawców jak za własne.

§25 Usługi Posprzedażowe

1. Sprzedawca może świadczyć na rzecz Klienta Usługi Posprzedażowe, jeżeli Warunki Sprzedaży lub indywidualnie skierowana do Klienta oferta Sprzedawcy tak stanowi.
2. Treść Usług Posprzedażowych i warunki, na jakich będą one świadczone, określać będą Warunki Sprzedaży lub indywidualnie skierowana do Klienta oferta Sprzedawcy.
3. Usługi Posprzedażowe nie stanowią części Umowy Sprzedaży, a w każdym przypadku Usługi Posprzedażowe będą świadczone na rzecz Klienta na podstawie odrębnej umowy.

§26 Reklamacje

1. Sprzedawca udzieli odpowiedzi na reklamację Klienta Konsumenta w terminie czternastu (14) dni od jej otrzymania, a w przypadku uchybienia temu terminowi przyjmuje się, że Sprzedawca uznał tę reklamację za zasadną. Przepisy odrębne mogą przewidywać dłuższy termin na udzielenie odpowiedzi na reklamację Klienta Konsumenta.
2. Postanowienia Regulaminu o reklamacji stosuje się odpowiednio do Klienta Przedsiębiorcy z zastrzeżeniem, że brak odpowiedzi Sprzedawcy na zgłoszenie wad (reklamację) lub uchybienie terminowi na udzielenie odpowiedzi nie stanowi uznania zgłoszenia (reklamacji) w całości ani w części za zasadne.
3. Klient Konsument może składać reklamację na adres wskazany w Karcie Informacyjnej.
4. Reklamacja powinna zawierać:
 - a. dane identyfikujące Klienta Konsumenta;
 - b. dane identyfikujące Umowę Sprzedaży lub numer faktury albo innego dokumentu księgowego;
 - c. zwięzłe określenie przedmiotu reklamacji.
5. Reklamacja może dodatkowo zawierać:
 - a. zwięzłe określenie oczekiwań Klienta Konsumenta co do sposobu załatwienia reklamacji przez Sprzedawcę;
 - b. inne informacje, które Klient Konsument uzna za przydatne przy rozpoznawaniu jego reklamacji przez Sprzedawcę.
6. Klient Konsument zobowiązany jest współdziałać ze Sprzedawcą w celu umożliwienia mu sprawnego rozpoznania reklamacji.
7. Sprzedawca udostępni na Stronie Internetowej wzorec reklamacji Umowy Sprzedaży, a na żądanie Klienta Konsumenta dostarczy mu go za pośrednictwem poczty elektronicznej. Klient Konsument nie jest zobowiązany skorzystać ze wzorca reklamacji do Umowy Sprzedaży.
8. Sprzedawca udzieli Klientowi Konsumentowi odpowiedzi na jego reklamację na Trwałym Nośniku.
9. Sprzedawca rozpoznaje reklamację w następujących terminach:
 - a. jeżeli reklamacja jest oczywiście uzasadniona – niezwłocznie;
 - b. jeżeli reklamacja wymaga zwykłych czynności związanych z ustalaniem stanu faktycznego – do siedmiu (7) Dni Roboczych;
 - c. jeżeli reklamacja wymaga znacznych nakładów czasu i pracy związanych z ustalaniem stanu faktycznego – do dziewięciu (9) Dni Roboczych;
 - d. w każdym przypadku – nie więcej niż czternaście (14) dni.
10. Po otrzymaniu reklamacji Sprzedawca:
 - a. niezwłocznie przystąpi do rozpatrywania reklamacji;
 - b. zwróci się do Klienta Konsumenta o dalsze informacje i wyjaśnienia;
 - c. zwróci się do Klienta Konsumenta o przesłanie Produktu, jeżeli będzie to konieczne dla prawidłowego rozpoznania reklamacji;
 - d. przystąpi do oględzin wad Produktu zgłoszonych przez Klienta Konsumenta.

11. Klient Konsument udostępnia Sprzedawcy Produkt będący przedmiotem reklamacji. Sprzedawca odbiera od Klienta Konsumenta Produkt na swój koszt.
12. Na podstawie ustalonego przez siebie stanu faktycznego Sprzedawca może:
 - a. uwzględnić reklamację w całości i spełnić świadczenie, którego żąda Klient Konsument lub świadczenie ekwiwalentne, na które Klient Konsument wyraził zgodę;
 - b. uwzględnić reklamację w części i częściowo spełnić świadczenie, którego żąda Klient Konsument, wskazując jednocześnie na przyczyny i podstawy, dla których nie mógł uwzględnić reklamacji w całości;
 - c. nie uwzględnić reklamacji, wskazując przyczyny i podstawy, dla których nie mógł uwzględnić reklamacji w całości ani w części;
 - d. wystąpić do Klienta Konsumenta z propozycją zawarcia ugody, jeżeli okoliczności sprawy nasuwają istotne wątpliwości co do zasadności stanowisk obydwóch stron.
13. Rozstrzygając o zasadności reklamacji, Sprzedawca przedstawia Klientowi Konsumentowi swoje stanowisko wraz z uzasadnieniem na Trwałym Nośniku.
14. Uznając reklamację za zasadną w całości lub w części, Sprzedawca poinformuje Klienta Konsumenta o przewidywanym terminie załatwienia sprawy. Sprzedawca dokonuje jednak naprawy lub wymiany Produktu w rozsądnym czasie i bez nadmiernych niedogodności dla Klienta Konsumenta, uwzględniając specyfikę Produktu oraz cel, w jakim Klient Konsument go nabył.
15. Uznając reklamację za zasadną w zakresie zwrotu Ceny w całości lub w części Sprzedawca dokona tego zwrotu przy użyciu takich samych sposobów płatności, jakie zostały przez Klienta Konsumenta użyte w pierwotnej transakcji i na ten sam rachunek bankowy, chyba że Klient Konsument wyraźnie zgodził się na inne rozwiązanie, a w szczególności wskazał nowy rachunek bankowy na który ma nastąpić zwrot Ceny. W każdym jednak przypadku Klient Konsument nie poniesie żadnych opłat związanych z tym zwrotem.
16. Koszty naprawy lub wymiany Produktu będącego przedmiotem reklamacji Klienta Konsumenta, a w tym w szczególności koszty opłat pocztowych, przewozu, robocizny i materiałów, ponosi Sprzedawca.
17. W przypadku sporu ze Sprzedawcą Klient Konsument może zwrócić się o mediację lub pomoc prawną w szczególności do:
 - a. Rzecznika Praw Konsumentów w trybie określonym ustawą z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 184);
 - b. Inspekcji Handlowej w trybie określonym ustawą z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (t.j. Dz. U. z 2014 r. poz. 148 z późn. zm.);
 - c. Organizacji konsumenckich takich jak Federacja Konsumentów (<http://www.federacja-konsumentow.org.pl/>) lub Europejskie Centrum Konsumenckie (<https://konsument.gov.pl/>).
18. Przed wytoczeniem powództwa Klient Konsument może skorzystać także z:
 - a. postępowania pojednawczego określonego w art. 184 kpc i dalsze, składając wniosek we właściwym miejscowo i rzeczowo sądzie powszechnym;
 - b. z platformy internetowej rozstrzygania sporów (ODR) prowadzonej przez Komisję Europejską (<https://ec.europa.eu/consumers/odr/>).
19. Więcej informacji o pozasądowych sposobach dochodzenia roszczeń, a także o przysługujących mu prawach Klient Konsument może uzyskać pod adresem <https://polubowne.uokik.gov.pl/>.
20. Spory pomiędzy Sprzedawcą i Klientem Przedsiębiorcą strony poddają pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego właściwego ze względu na siedzibę Sprzedawcy (właściwość umowna).

§27 Dane osobowe

1. Postanowienia dotyczące danych osobowych nie mają zastosowania do Klienta niebędącego osobą fizyczną.
2. Sprzedawca przetwarza następujące dane Klienta:
 - a. imię;
 - b. nazwisko;
 - c. nazwa działalności (dotyczy Klientów Przedsiębiorców);
 - d. adres zamieszkania, siedziby lub dostawy;

- e. NIP (dotyczy Klientów Przedsiębiorców);
 - f. adres e-mail;
 - g. numer telefonu.
3. Sprzedawca przetwarza dane osobowe Klienta w następujących celach: obsługi płatności, dostawy Produktu lub rozpoznania reklamacji.
4. Sprzedawca przekazuje dane osobowe Klienta do Bramki Płatności:
- a. w związku ze świadczeniem przez Bramki Płatności na rzecz Sprzedawcy usługi udostępnienia infrastruktury do obsługi płatności przez internet (podstawa prawna: art. 6 ust. 1 lit. f Rozporządzenia);
 - b. w związku z obsługą i rozliczaniem przez Bramkę Płatności dokonywanych przez Klientów płatności przez internet przy użyciu instrumentów płatniczych (podstawa prawna: art. 6 ust. 1 lit. f Rozporządzenia);
 - c. w celu weryfikacji przez Bramkę Płatności należytego wykonania umów zawartych ze Sprzedawcą, w szczególności zapewnienia ochrony interesów płatników w związku ze składanymi przez nich reklamacjami (podstawa prawna: art. 6 ust. 1 lit. f Rozporządzenia).
5. Sprzedawca informuje w trybie art. 13 RODO, że:
- a. administratorem danych osobowych Klienta jest Sprzedawca;
 - b. w sprawach z zakresu ochrony danych osobowych Klient może skontaktować się ze Sprzedawcą z wykorzystaniem danych kontaktowych wskazanych w Karcie Informacyjnej;
 - c. dane osobowe Klienta będą przetwarzane w celu realizacji umowy o Prowadzenie Konta, Umowy Sprzedaży, a także rozpoznania reklamacji;
 - d. dane osobowe Klienta będą przetwarzane przez okres niezbędny do wykonania Umowy Sprzedaży;
a także do rozpoznania ewentualnych roszczeń Klienta. W każdym przypadku nie dłużej niż 6 lat;
 - e. dane osobowe Klienta nie podlegają decyzjom, które się opierają wyłącznie na zautomatyzowanym przetwarzaniu, w tym profilowaniu, w rozumieniu art. 22 RODO;
 - f. podstawą prawną przetwarzania danych osobowych Klienta przez Sprzedawcę jest art.6 ust. 1 lit. b RODO;
 - g. odbiorcami danych Klienta będą wyłącznie wskazane w Karcie Informacyjnej podmioty, które na podstawie zawartych umów przetwarzają dane osobowe w imieniu Sprzedawcy jako Administratora w celu obsługi płatności lub dostawy Produktu;
 - h. Klient ma prawo dostępu do treści swoich danych oraz ich poprawiania, sprostowania, złożenia żądania o ograniczenie ich przetwarzania oraz o przeniesienie swoich danych, a także - w przypadkach przewidzianych prawem - prawo do żądania usunięcia danych i prawo do wniesienia sprzeciwu wobec ich przetwarzania;
 - i. Klient ma prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego w przypadku, gdy przetwarzanie danych odbywa się z naruszeniem przepisów RODO, tj. Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa.
6. Sprzedawca informuje, że nie ma obowiązku powołania inspektora ochrony danych osobowych.
7. Podanie danych osobowych przez Klienta jest warunkiem zawarcia umowy o Prowadzenie Konta, Umowy Sprzedaży, a także rozpoznania reklamacji. Konsekwencją niepodania danych osobowych przez Klienta jest brak możliwości zawarcia powyższych umów lub rozpoznania reklamacji.

§28 Postanowienia końcowe

W zakresie nieuregulowanym w Regulaminie, Karcie Informacyjnej, Regulaminach Produktów, Warunkach Sprzedaży Polityce Prywatności i innych Załącznikach zastosowanie mają ustawa o prawach konsumenta i inne powszechnie obowiązujące akty prawne.

