

REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO

www.malujemarki.pl

§1

Definicje

Ilekoć w regulaminie mowa o:

1. **Sprzedawcy** – należy przez to rozumieć: Pani Agnieszka Piekarska prowadząca działalność gospodarczą jako Concept Studio Agnieszka Piekarska z siedzibą w Elblągu pod adresem: ul. Żeglarska 48/1, 82-300 Elbląg, NIP 5783149694
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 Konsumencie** – 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 <https://malujemarki.pl>
6. **Sklepie Internetowym** – należy przez to rozumieć zorganizowany system zawierania umów na odległość stanowiący sklep internetowy prowadzony i utrzymywany przez Sprzedawcę pod adresem <https://malujemarki.pl>, 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. **Polityce Prywatności** – należy przez to rozumieć dokument dostępny pod adresem <https://malujemarki.pl/polityka-prywatnosci/> 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.
9. **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 ustawy o prawach konsumenta.
10. **Warunkach Sprzedaży** – należy przez to rozumieć dodatkowe warunki i zastrzeżenia umieszczone przez Sprzedawcę w opisie Produktu opublikowanym w Sklepie Internetowym, które stanowią integralną część Umowy Sprzedaży.
11. **Umowie Rezerwacyjnej** – należy przez to rozumieć zobowiązanie Sprzedawcy do zapewnienia Klientowi pierwszeństwa w nabyciu Produktu na warunkach określonych w Warunkach Rezerwacji.

12. **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.
13. **Zamówieniu** – należy przez to rozumieć oświadczenie woli zawarcia Umowy Sprzedaży składane Sprzedawcy przez Klienta za pośrednictwem Sklepu Internetowego.
14. **Potwierdzeniu Zamówienia** – należy przez to rozumieć potwierdzenie przyjęcia Zamówienia, które przesyłane jest Klientowi przez Sprzedawcę za pośrednictwem korespondencji elektronicznej lub z wykorzystaniem zautomatyzowanego systemu teleinformatycznego Sklepu Internetowego.
15. **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.
16. **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.
17. **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.
18. **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.
19. **Cenie** – należy przez to rozumieć zarówno cenę rozumieniu art. 535 kc, jak i wynagrodzenie w rozumieniu art. 735 kc i art. 627 kc.
20. **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).
21. **Koszyku** – należy przez to rozumieć funkcjonalność Sklepu Internetowego pozwalającą Klientowi na gromadzenie Produktów i określanie warunków Umowy Sprzedaży przed złożeniem Zamówienia.
22. **Produkcie** – należy przez to rozumieć rzecz ruchomą, treść cyfrową lub usługę, które mogą być przez Klienta nabyte za pośrednictwem Sklepu Internetowego.
23. **Produkcie Fizycznym** – należy przez to rozumieć rzecz ruchomą, której prawo własności Sprzedawca przenosi na Klienta.
24. **Produkcie Spersonalizowanym** – należy przez to rozumieć Produkt Fizyczny stanowiący towar nieprefabrykowany, którego właściwości takie jak wzór, kolor lub inne parametry zostały dodane, usunięte lub w inny sposób zmodyfikowane na żądanie Klienta, według jego specyfikacji lub w celu zaspokojenia jego zindywidualizowanych potrzeb.
25. **Produkcie Niepełnowartościowym** – należy przez to rozumieć Produkt, który w całości lub w części nie spełnia warunków niezbędnych dla uznania jego zgodności z umową w rozumieniu art. 43b lub art. 43k ustawy o prawach konsumenta.
26. **Produkcie Cyfrowym** – należy przez to rozumieć Produkt, który stanowi treści cyfrowe niedostarczane na nośniku materialnym w rozumieniu art. 38 ust.1 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta, a także usługę cyfrową.

27. **Produkcie ZEC** – należy przez to rozumieć Produkt Fizyczny z elementami cyfrowymi zawierający treść cyfrową lub usługę cyfrową lub będący połączony z nimi w taki sposób, że brak treści cyfrowej lub usługi cyfrowej uniemożliwiłyby jego prawidłowe funkcjonowanie.
28. **Produkcie-Usłudze** – należy przez to rozumieć Produkt, który stanowi usługę w rozumieniu art. 750 kc lub dzieło w rozumieniu art. 627 kc.
29. **Usługach Posprzedażowych** – 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.
30. **Bramce Płatności** – należy przez to rozumieć obsługę płatności bezgotówkowych zapewnianą przez podmioty wskazane w Polityce Prywatności.
31. **Kurierze** – należy przez to rozumieć określonych w Polityce Prywatności przewoźników wybranych przez Sprzedawcę, którym powierzona zostanie usługa dostarczenia i wydania Produktu Klientowi.
32. **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.).
33. **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.).
34. **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.).
35. **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.).
36. **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: 48 1160 2202 0000 0005 0442 4675
5. 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.).

§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 także 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.

§4

Regulamin

1. Integralną częścią Regulaminu są:
 - a. Warunki Sprzedaży dla każdego z Produktów;
 - b. 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. Do Umów Sprzedaży zawartych i niewykonanych w czasie, w którym nastąpiła zmiana Regulaminu, stosuje się Regulamin w brzmieniu z dnia dokonania Zamówienia przez Klienta. 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 wymagania techniczne:
 - a. komputer lub urządzenie mobilne (urządzenie końcowe);
 - b. dostęp do internetu;
 - c. dostęp do poczty elektronicznej (e-mail);

- d. przeglądarka internetowa (Sprzedawca dołoży najwyższych starań, 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. Sprzedawca dołoży należytej staranności, aby kolory umieszczonych w Sklepie Internetowym zdjęć i wizualizacji Produktów odpowiadały kolorom faktycznie użytym przy wykonywaniu Produktu. Sprzedawca nie odpowiada jednak za błędne odczytywanie lub zniekształcenie kolorów zdjęć lub wizualizacji Produktów spowodowane jakością lub sposobem działania urządzenia końcowego, z jakiego Klient korzysta w trakcie przeglądania Sklepu Internetowego.

§6

Komunikacja

- 1. W Dni Robocze w godzinach od 8:00 do 16:00 Klient może porozumieć się ze Sprzedawcą za pomocą środków komunikowania się na odległość:
 - a. e-mail: malujemarki@gmail.com
 - b. telefon: +48 693 120 411
- 2. Sprzedawca dołoży należytej staranności, aby Klient mógł szybko i efektywnie kontaktować się z nim z wykorzystaniem wskazanych w Regulaminie środków komunikowania się na odległość.
- 3. Strona Internetowa może wskazywać także inne środki komunikowania się stron na odległość.
- 4. Podstawową formą komunikacji stron, a w tym formą właściwą do składania wszelkich oświadczeń oraz dokonywania uzgodnień, będzie korespondencja elektroniczna (e-mail).
- 5. Klient może składać oświadczenia Sprzedawcy także z zachowaniem formy pisemnej, przysyłając je na wskazany w Regulaminie 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).
- 6. Klient w kontaktach ze Sprzedawcą powinien w miarę możliwości wykorzystywać adres e-mail wskazany przez siebie w Zamówieniu.
- 7. 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.
- 8. Opłata za połączenie się przez Klienta Konsumenta z numerem telefonu Sprzedawcy wskazanym w Regulaminie nie jest wyższa niż opłata za zwykle 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.

§8

Konto

1. Postanowienia tego 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”.
4. Skuteczne założenie Konta wymaga podania przez Klienta w formularzu „załóż konto” następujących danych:
 - a. nazwa użytkownika (login);
 - b. hasło;
 - c. imię i nazwisko;
 - d. adres e-mail;
 - e. adres do doręczeń;
 - f. dane do faktury VAT (dotyczy Klientów Przedsiębiorców).
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”.
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 może on zażądać usunięcia 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. Ekspozycja Produktów przez Sprzedawcę za pośrednictwem Sklepu Internetowego stanowi zaproszenie do zawarcia Umowy Sprzedaży w rozumieniu art. 71 kc.
2. Produkty ekspozycyjne 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).
6. Fotografie lub wizualizacje Produktów prezentowane w Sklepie Internetowym mają charakter jedynie poglądowy, chyba że Sprzedawca w Warunkach Sprzedaży zastrzeże inaczej. W przypadku

występowania różnic pomiędzy fotografiami lub wizualizacjami Produktów a Produktami dostarczonymi Klientowi Przedsiębiorcy różnice te nie będą mogły być traktowane jako wady.

7. Przy wykonywaniu Produktów Sprzedawca może korzystać z podwykonawców.

§10

Produkty Fizyczne

1. W razie braku zgodności Produktów Fizycznych z Umową Sprzedaży Klientowi Konsumentowi przysługują uprawnienia określone w rozdziale 5a ustawy o prawach konsumenta.
2. Sprzedawca poucza Klienta Konsumenta, że nie przysługuje mu prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży, jeżeli w stosunku do tej umowy zawartej na odległość zachodzi wyjątek określony w art. 38 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta, czyli gdy przedmiotem Umowy Sprzedaży jest Produkt Fizyczny:
 - a. stanowiący rzecz ulegającą szybkiemu zepsuciu lub mającą krótki termin przydatności do użycia (tj. wyjątek określony w art. 38 ust. 1 pkt. 4 ustawy o prawach konsumenta);
 - b. stanowiący rzecz dostarczoną w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie z Produktem Fizycznym zostało otwarte po dostarczeniu (tj. wyjątek określony w art. 38 ust. 1 pkt. 5 ustawy o prawach konsumenta);
 - c. stanowiący rzecz, która po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostaje nierozłącznie połączona z innymi rzeczami (tj. wyjątek określony w art. 38 ust. 1 pkt. 6 ustawy o prawach konsumenta);
 - d. stanowiący nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczone w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli zostało ono otwarte po dostarczeniu (tj. wyjątek określony w art. 38 ust. 1 pkt. 9 ustawy o prawach konsumenta).
3. Klient Konsument ma obowiązek zwrócić Produkt Fizyczny Sprzedawcy niezwłocznie, jednak nie później niż czternaście (14) dni od dnia, w którym odstąpił od Umowy Sprzedaży. Do zachowania tego terminu przez Klienta Konsumenta wystarczającym jest odesłanie Sprzedawcy Produktu Fizycznego przed upływem wspomnianego terminu.
4. W przypadku odstąpienia przez Klienta od Umowy Sprzedaży Sprzedawca może:
 - a. zaproponować Klientowi, że sam odbierze od niego Produkt Fizyczny;
 - b. wskazać osobę, która uprawniona będzie do odbioru od Klienta Produktu Fizycznego.

§11

Produkty Spersonalizowane

1. Sprzedawca poucza Klienta Konsumenta, że nie przysługuje mu prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży, jeżeli w stosunku do tej umowy zawartej na odległość zachodzi wyjątek określony w art. 38 ust.1 ustawy o prawach konsumenta, gdy przedmiotem Umowy Sprzedaży jest Produkt Spersonalizowany stanowiący rzecz nieprefabrykowaną wyprodukowaną według specyfikacji Klienta Konsumenta lub służącą zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb (tj. wyjątek określony w art. 38 ust.1 pkt. 3 ustawy o prawach konsumenta).
2. Jeżeli przedmiotem Umowy Sprzedaży jest Produkt Spersonalizowany lub Produkt stanowiący rękodzieło, to jego istotne parametry deklarowane w Warunkach Sprzedaży mogą różnić się od parametrów dostarczonego Produktu Spersonalizowanego lub rękodzieła w zakresie określonym w Warunkach Sprzedaży. W takim przypadku dostarczenie Produktu Spersonalizowanego lub Produktu stanowiącego rękodzieło o tych parametrach będzie uznawane za prawidłowe wykonanie Umowy przez Sprzedawcę.
3. Do Produktów Spersonalizowanych stosuje się odpowiednio postanowienia Regulaminu dotyczące Produktów Fizycznych.

§12

Produkty Niepełnowartościowe

1. Sprzedawca każdorazowo określi w Warunkach Sprzedaży przyczyny, dla których Produkt Niepełnowartościowy nie spełnia warunków niezbędnych dla uznania jego zgodności z umową w rozumieniu art. 43b lub art. 43k ustawy o prawach konsumenta, a w szczególności wskaże:
 - a. stopień jego zużycia;
 - b. uszkodzenia niestanowiące wad;
 - c. braki funkcjonalności lub cech;
 - d. brak kompletności;
 - e. stan opakowania fabrycznego lub jego brak;
 - f. inne okoliczności mające istotne znaczenie dla podjęcia decyzji o nabyciu Produktu Niepełnowartościowego;(dalej „Wybrakowania”).
2. Sprzedawca wyłącza rękojmię na Produkty Niepełnowartościowe w stosunku do Klientów Przedsiębiorców.
3. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności w stosunku do Klienta Konsumenta z tytułu zgodności Produktu Niepełnowartościowego z Umową Sprzedaży, jeżeli Klient Konsument najpóźniej w chwili zawarcia Umowy Sprzedaży został wyraźnie poinformowany o zakresie i rodzaju Wybrakowań Produktu Niepełnowartościowego i te Wybrakowania wyraźnie oraz odrębnie zaakceptował.

§13

Produkty Cyfrowe

1. W razie braku zgodności Produktów Cyfrowych z Umową Sprzedaży Klientowi Konsumentowi przysługują uprawnienia określone w rozdziale 5b ustawy o prawach konsumenta.
2. W razie potrzeby Warunki Sprzedaży Produktów Cyfrowych mogą zawierać informacje i pouczenia:
 - a. o funkcjonalności Produktów Cyfrowych;
 - b. o mających zastosowanie technicznych środkach ochrony Produktów Cyfrowych;
 - c. o mających znaczenie kompatybilności i interoperacyjności Produktów Cyfrowych.
3. W zakresie Produktów Cyfrowych Sprzedawca informuje Klienta Konsumenta, że po dostarczeniu przez niego treści cyfrowych przed upływem terminu do odstąpienia od umowy Klient Konsument traci prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży stosownie do treści art. 38 ust. 1 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.
4. Klient Konsument, składając Zamówienie na Produkt Cyfrowy, 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.
5. Jeżeli z Warunków Sprzedaży wynika, że Klient może pobrać i zapisać Produkt Cyfrowy, to niezwłocznie po zawarciu Umowy Sprzedaży Sprzedawca udostępni Klientowi link umożliwiający 1 krotne pobranie Produktu Cyfrowego przez okres nie krótszy niż 7 dni. Po upływie tego okresu lub wyczerpaniu dostępnej ilości pobrań Produktu Cyfrowego link udostępniony Klientowi staje się nieaktywny (wygasa), a Produkt Cyfrowy uznany jest za prawidłowo dostarczony.
6. Jeżeli z Warunków Sprzedaży wynika, że Sprzedawca zapewni Klientowi czasowy dostęp do Produktu Cyfrowego, to zasady uzyskania tego dostępu określają Warunki Sprzedaży.
7. W przypadku odstąpienia od Umowy Sprzedaży, której przedmiotem był Produkt Cyfrowy:
 - a. Sprzedawca może uniemożliwić Klientowi dalsze korzystanie z Produktu Cyfrowego w szczególności poprzez zablokowanie dostępu do Produktu Cyfrowego lub zablokowanie Konta, jeżeli jest ono niezbędne w celu korzystania z tego Produktu Cyfrowego;
 - b. Klient zobowiązany jest powstrzymać się od korzystania z Produktu Cyfrowego i udostępniania go osobom trzecim.
8. Koszt Dostawy Produktu Cyfrowego nie jest wliczony w Cenę i obciąża Sprzedawcę, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
9. W przypadku Produktu Cyfrowego Potwierdzenie Zamówienia będzie dodatkowo zawierać informację o udzielonej przez Klienta Konsumenta zgodzie na dostarczenie Produktu Cyfrowego w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od Umowy Sprzedaży.
10. Funkcjonalność Produktu Cyfrowego oraz mających zastosowanie technicznych środków jego ochrony określają Warunki Sprzedaży.
11. Kompatybilność i interoperacyjność Produktu Cyfrowego określają Warunki Sprzedaży.
12. Sprzedawca udziela Klientowi licencji na korzystanie z Produktu Cyfrowego na warunkach określonych w Regulaminie, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
13. Sprzedawca oświadcza, że:
 - a. posiadać będzie autorskie prawa majątkowe do Produktu Cyfrowego, w szczególności skutecznie nabędzie udziały w tych prawach od współtwórców będących jej podwykonawcami lub pracownikami, lub

- b. posiadać będzie licencję do Produktu Cyfrowego wraz z prawem do udzielania licencji dalszych (sublicencji).
14. Z chwilą dostarczenia Produktu Cyfrowego Sprzedawca udziela Klientowi niewyłącznej oraz nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na wykorzystanie Produktu Cyfrowego na następujących polach eksploatacji:
- a. utrwalanie na wszelkich znanych w chwili zawarcia umowy nośnikach, w szczególności na nośnikach magnetycznych, na płytach CD-ROM i DVD wszelkiego formatu i rodzaju, na dyskach optycznych i magneto optycznych, na dyskach przenośnych typu USB Pendrive oraz na serwerach w chmurze;
 - b. wprowadzenie do pamięci elektronicznej;
 - c. wykorzystanie do celów edukacyjnych lub szkoleniowych.
15. Sprzedawca nie określa sposobu korzystania z Produktu Cyfrowego.
16. Jeżeli nabyty przez Klienta Produkt Cyfrowy przeznaczony jest do jego publicznego udostępniania na Stronie Internetowej, w Sklepie Internetowym lub im podobnych miejscach, to przyjmuje się, że Klient jest uprawniony do równoczesnego opublikowania tego Produktu Cyfrowego tylko w jednym (1) miejscu jednocześnie.
17. Klient nie jest uprawniony do:
- a. zbywania licencji;
 - b. czerpania jakichkolwiek pożytków z licencji;
 - c. udzielenia licencji dalszych (sublicencji).

§14

Produkty ZEC

1. Funkcjonalność Produktu ZEC oraz mających zastosowanie technicznych środków jego ochrony określają Warunki Sprzedaży.
2. Kompatybilność i interoperacyjność Produktu ZEC określają Warunki Sprzedaży.
3. Do Produktów ZEC stosuje się odpowiednio postanowienia Regulaminu dotyczące Produktów Fizycznych.

§15

Produkty-Usługi

1. W zakresie Produktów będących usługami Sprzedawca informuje Klienta Konsumenta, że po wykonaniu w pełni przez niego usługi Klient Konsument traci prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży stosownie do treści art. 38 ust. 1 pkt. 1 ustawy o prawach konsumenta.
2. Klient Konsument, składając Zamówienie na Produkt będący usługą, wyraża Sprzedawcy zgodę na wykonanie przez niego usługi w pełni w rozumieniu art. 38 ust. 1 pkt. 1 ustawy o prawach konsumenta.
3. W przypadku Produktu-Usługi, co do której Klient Konsument zażądał rozpoczęcia jej świadczenia przez Sprzedawcę przed upływem terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży, Klient Konsument zobowiązany będzie zapłacić kwotę proporcjonalną do zakresu świadczeń spełnionych do chwili, w której odstąpił on od Umowy Sprzedaży. Sprzedawca przedstawi Klientowi Konsumentowi stopień wykonania Produktu-Usługi do chwili odstąpienia przez niego od Umowy Sprzedaży.

4. Koszt Dostawy Produktu-Usługi nie jest wliczony w Cenę i obciąża Sprzedawcę, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.

§16

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. W celu skorzystania z Kodu Promocyjnego Klient powinien wprowadzić jego treść w polu „Użyj Kodu Promocyjnego”. 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.
8. Kod Promocyjny może być łączony z innymi promocjami, jeżeli Warunki Sprzedaży lub warunki uczestniczenia w promocji tak stanowią.
9. W przypadku utraty Kodu Promocyjnego Klient nie będzie uprawniony do otrzymania jego duplikatu lub zamiennika.
10. 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.
11. 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.
12. Kod Promocyjny nie może zostać nabyty w zamian za inny Kod Promocyjny.
13. Kod Promocyjny nie może być łączony z innymi Kodami Promocyjnymi.
14. Wartość Kodu Promocyjnego nie może zostać zwiększona.
15. Kod Promocyjny nie podlega wymianie na środki pieniężne lub Kody Promocyjne o mniejszej wartości.

16. Kod Promocyjny zachowuje ważność przez okres wskazany w Warunkach Sprzedaży lub przez Sprzedawcę i po tym okresie wygasa. Kod Promocyjny, który wygasł, nie może być wykorzystywany przy składaniu Zamówienia.
17. Okres ważności Kodu Promocyjnego nie może zostać skrócony ani wydłużony.
18. Koszt Dostawy Kodu Promocyjnego nie jest wliczony w Cenę i obciąża Sprzedawcę, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
19. 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 stosownie do treści art. 38 ust. 1 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.
20. 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.
21. 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 Cenę w całości lub w części poprzez wygenerowanie i przekazaniu mu Kodu Promocyjnego.

§17

Opinie o Produktach

1. Postanowienia tego paragrafu mają zastosowanie jedynie wtedy, kiedy Sprzedawca umożliwił Klientowi publikowanie opinii o Produktach w Sklepie Internetowym.
2. Klient jest uprawniony do zamieszczenia opinii o Produkcie, jeżeli:
 - a. nabył Produkt lub
 - b. używał Produktu.
3. W celu opublikowania opinii Klient zobowiązany jest podać w formularzu „dodaj opinię” swoje imię i adres e-mail oraz złożyć oświadczenie o treści „Potwierdzam, że nabyłem lub używałem Produktu będącego przedmiotem mojej opinii” z wykorzystaniem funkcjonalności zapewnianej przez Sklep Internetowy. Sprzedawca może dodatkowo uzależnić możliwość publikowania opinii od posiadania przez Klienta Konta w Sklepie Internetowym.
4. Klient uprawniony jest do opublikowania swojej subiektywnej opinii o Produkcie, ale opinia nie może:
 - a. mieć charakteru wulgarnego, obraźliwego lub w inny sposób naruszającego powszechnie akceptowane normy społeczne;
 - b. naruszać praw ochronnych na znaki towarowe zarejestrowane przez osoby trzecie;
 - c. naruszać autorskich praw majątkowych osób trzecich;
 - d. naruszać autorskich praw osobistych osób trzecich;
 - e. naruszać dóbr osobistych osób trzecich;
 - f. nawoływać do jakiegokolwiek dyskryminacji, a w szczególności z powodu przynależności narodowej, etnicznej, rasowej, politycznej, wyznaniowej lub z powodu bezwyznaniowości;
 - g. stanowić elementu nieuczciwych praktyk rynkowych w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2070);

- h. stanowić elementu nieuczciwej reklamy lub reklamy sprzecznej z dobrymi obyczajami w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1010 z późn. zm.);
 - i. posłużyć do działań reklamowo-komunikacyjnych, które w inny sposób mogą naruszać porządek prawny lub dobre obyczaje w rozumieniu art. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1010 z późn. zm.).
(dalej „Treści Naruszające Regulamin”).
- 5. Sprzedawca może zapewnić także dodatkowe funkcjonalności umożliwiające ocenę Produktu z wykorzystaniem cyfr (ratingu) lub symboli.
 - 6. Sprzedawca może usunąć opinię Klienta lub odmówić jej publikacji, jeżeli:
 - a. składa się ona z Treści Naruszających Regulamin;
 - b. stanowi ona spam;
 - c. Klient odstąpił od Umowy Sprzedaży i zwrócił Produkt;
 - d. w sposób oczywisty ma ona charakter fikcyjny.
 - 7. Sprzedawca zapewnia, że publikowane opinie pochodzą wyłącznie od Klientów, którzy używali danego Produktu lub go nabyli co Sprzedawca weryfikuje poprzez dokonanie zakupu przez sklep lub zawarte umowy na produkty po za sklepem internetowym.

§18

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.

§19

Zamówienie

1. Klient może zamówić Produkty dostępne w Sklepie Internetowym z wykorzystaniem formularza „zamówienie z obowiązkiem zapłaty”.
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 adres dostawy;
 - e. wybrać sposób dostawy;
 - f. wybrać formę płatności.
3. Składając Zamówienie, Klient:
 - a. akceptuje Regulamin;
 - b. akceptuje Warunki Sprzedaży;
 - c. potwierdza, że jego Zamówienie ma charakter kompletny i ostateczny;
 - d. potwierdza, że składa Zamówienie, akceptując, że skutkuje to powstaniem 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:
 - a. skorzystać z posiadanego Kodu Promocyjnego;
 - b. umieścić w formularzu 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 uiścił na rzecz Sprzedawcy jako rzeczoną dodatkową płatność.
7. W przypadku braku wskazania przez Klienta danych niezbędnych do wystawienia faktury Sprzedawca wystawi inny dokument księgowy, jaki będzie właściwy dla Zamówienia.
8. Jeżeli Klient nie zapłaci Ceny określonej w Zamówieniu w terminie 3 (trzech) Dni Roboczych od jego złożenia, to przyjmuje się, że Klient zrezygnował z Zamówienia (wycofał swoją ofertę), a Sprzedawca tę rezygnację przyjął.

§20

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 zawarcie 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 utrwalonego na innym trwałym nośniku niż papier, a w szczególności za pośrednictwem poczty elektronicznej.
 3. Po przesłaniu Potwierdzenia Zamówienia oraz otrzymaniu Ceny Sprzedawca niezwłocznie przystępuje do wykonania Umowy Sprzedaży.
 4. Umowę Sprzedaży uważa się za niezawartą, jeżeli:
 - a. w odpowiedzi na przesłanie Potwierdzenia Zamówienia Sprzedawca otrzyma automatycznie wygenerowaną przez serwer pocztowy informację o braku możliwości dostarczenia e-maila Klientowi (błędy: za mało miejsca na koncie, nieistniejące konto, niedostępność serwera odbiorcy etc.), a Klient nie wskazał jakichkolwiek innych danych kontaktowych;
 - b. z treści lub przedmiotu Zamówienia, a w szczególności z danych umieszczonych w formularzu „zamówienie z obowiązkiem zapłaty”, w sposób oczywisty wynika, że stanowi ono oświadczenie pozorne w rozumieniu art. 83 kc.
 5. W przypadku otrzymania Ceny w wykonaniu Umowy Sprzedaży ostatecznie uznanej za niezawartą Sprzedawca niezwłocznie zwróci Klientowi uiszczonej Cenę.
 6. Umowa Sprzedaży zawarta zostanie w języku polskim.
 7. Prawem właściwym dla zawartej Umowy Sprzedaży będzie prawo polskie.

§21

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.

§22

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. Warunki zmiany Umowy Sprzedaży będą każdorazowo przedstawiane przez Sprzedawcę. Po przedstawieniu oferty zmiany Umowy Sprzedaży Klient może ją przyjąć bez zastrzeżeń lub przystąpić do 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 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 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. Wszystkie zmiany Umowy Sprzedaży dokonywane z pominięciem powyższego trybu uważane będą za nieważne, chyba że strony zachowają formę pisemną.

§23

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 jest zawarta z chwilą przesłania przez Klienta formularza „rezerwuję produkt”.
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. Przed umieszczeniem Produktu w Sklepie Internetowym 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.

§24

Cena

1. Ceny Produktów eksponowane przez Sprzedawcę za pośrednictwem Sklepu Internetowego:
 - a. płatne są z góry;
 - b. mają charakter zryczałtowany;

- c. podawane są w złotych polskich (PLN);
 - 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 są indywidualnie dostosowywane na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji.
 - g. nie zawierają kosztów dostawy Produktu, chyba że Warunki Sprzedaży stanowią inaczej.
2. Sprzedawca może w każdym czasie podwyższyć Cenę, stosować obniżki Ceny lub inne formy promocji cenowych na Produkty.
 3. Z chwilą zawarcia Umowy Sprzedaży wszelkie późniejsze modyfikacje Ceny Produktu dokonane przez Sprzedawcę pozostają bez wpływu na Cenę, jaką miał zapłacić Klient.
 4. 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.

§25

Zapłata Ceny

1. Klient może zapłacić Sprzedawcy Cenę:
 - a. za pośrednictwem Bramki Płatności;
 - b. przelewem bankowym na rachunek bankowy Sprzedawcy;
 - c. kartą płatniczą (Visa, Visa Electron, MasterCard, MasterCard Electronic, Maestro);
 - d. za pośrednictwem systemu płatności mobilnych BLIK;
2. Jeżeli sposób zapłaty Ceny nie jest wskazany w Regulaminie 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.

§26

Odstąpienie

1. Klient może odstąpić od Umowy Sprzedaży, jeżeli uprawnienie takie wynika z przepisów Kodeksu cywilnego lub innych ustaw.
2. 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.
3. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży następuje poprzez złożenie przez Klienta Konsumenta oświadczenia o odstąpieniu. Sprzedawca udostępni na Stronie Internetowej wzorec oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży, a na żądanie Klienta Konsumenta dostarczy mu go za pośrednictwem poczty elektronicznej. Klient Konsument nie jest zobowiązany skorzystać ze wzorca oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży.
4. Termin na złożenie oświadczenia o odstąpieniu przez Klienta Konsumenta liczony jest od dostarczenia Produktu Klientowi Konsumentowi lub wskazanej przez niego osobie trzeciej.
5. Do zachowania terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta wystarczające jest nadanie oświadczenia przed upływem terminu na złożenie oświadczenia o odstąpieniu. Złożenie oświadczenia o odstąpieniu za pośrednictwem poczty elektronicznej jest skuteczne przy spełnieniu warunków określonych w art. 61 §2 kc.
6. W każdym przypadku Sprzedawca niezwłocznie potwierdzi Klientowi Konsumentowi otrzymanie jego oświadczenia o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży.
7. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta nie wymaga przedstawienia 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 zostały one przez Klienta Konsumenta wniesione, chyba że ten zgodzi się na inny sposób zwrotu świadczenia, który nie będzie skutkował jakimikolwiek kosztami.

§27

Dostawa

1. Sprzedawca dostarczy Klientowi Produkt 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 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 na terenie Polski.
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 operatora.
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.

§28

Rękojmia i 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:
 - a. o udzielonej gwarancji oznacza, że na Produkt nie jest udzielona gwarancja;
 - b. o udzielonej rękojmi oznacza, że na Produkt jest udzielona rękojmia.
3. Klient może wykonywać uprawnienia z tytułu rękojmi za wady Produktu niezależnie od uprawnień wynikających z gwarancji.
4. Jeżeli Sprzedawca ograniczył lub wyłączył rękojmię na Produkt w stosunku do Klienta Przedsiębiorcy, to informacja w tym przedmiocie zostanie umieszczona w Warunkach Sprzedaży lub Regulaminie.
5. Terminy wygaśnięcia uprawnień z rękojmi lub przedawnienia się związanych z tym prawem roszczeń określają art. 568 kc i art. 576 kc.

6. Przepisy Kodeksu cywilnego dotyczące rękojmi, regulujące prawa oraz obowiązki Klienta Konsumenta, poza wyjątkami i włączeniami w nich zastrzeżonymi, stosuje się także do osoby fizycznej zawierającej umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie posiada ona dla tej osoby charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.
7. Klient Przedsiębiorca traci uprawnienia z tytułu rękojmi, jeżeli nie zbadał Produktu w terminie trzech (3) dni 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 od stwierdzenia tej wady.

§29

Usługi Posprzedażowe

1. Sprzedawca może świadczyć na rzecz Klienta Usługi Posprzedażowe, jeżeli:
 - a. Warunki Sprzedaży tak stanowią lub
 - b. oferta Sprzedawcy tak stanowi.
2. Treść Usług Posprzedażowych i warunki, na jakich będą one świadczone, określać będą:
 - a. Warunki Sprzedaży lub
 - b. 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.

§30

Odpowiedzialność Sprzedawcy

1. Sprzedawca jest zobowiązany względem Klienta do dostarczenia Produktu, który stanowi przedmiot Umowy Sprzedaży, w stanie wolnym od wad.
2. Sprzedawca odpowiada względem Klienta za wadę fizyczną lub prawną Produktu na podstawie przepisów dotyczących rękojmi lub zgodności towaru z umową.
3. Wada fizyczna Produktu występuje w szczególności, gdy Produkt obciążony jest wadami, o jakich mowa w art. 556¹ kc.
4. Wada prawna Produktu występuje w szczególności, gdy Produkt obciążony jest wadami, o jakich mowa w art. 556³ kc.
5. Klient może żądać od Sprzedawcy naprawienia szkody w szczególności w przypadkach i na warunkach określonych w art. 566 kc i art. 574 kc.
6. Sprzedawca odpowiada za działania lub zaniechania swoich podwykonawców jak za własne.

§31

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. Jeżeli reklamacja Klienta Konsumenta zawiera żądania, o których mowa w art. 561⁵kc, a Sprzedawca nie ustosunkował się do tego żądania w terminie czternastu (14) dni, to uważa się, że żądanie to uznał za uzasadnione.
 3. 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.
 4. Klient Konsument może składać reklamację:
 - a. za pośrednictwem poczty tradycyjnej – na adres ul. Żeglarska 48/1, 82-300 Elbląg
 - b. za pośrednictwem poczty elektronicznej – na adres malujemarki@gmail.com
 5. 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.
 6. 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.
 7. Klient Konsument zobowiązany jest współdziałać ze Sprzedawcą w celu umożliwienia mu sprawnego rozpoznania reklamacji.
 8. Sprzedawca udostępni na Stronie Internetowej wzorzec 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.
 9. Sprzedawca udzieli Klientowi Konsumentowi odpowiedzi na jego reklamację na papierze lub innym trwałym nośniku.
 10. 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, chyba że Regulamin zastrzega termin krótszy pod rygorem uznania reklamacji Klienta Konsumenta za zasadną.
 11. 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.
 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 piśmie lub za pośrednictwem poczty elektronicznej.
14. Uznając reklamację za zasadną w całości lub w części, Sprzedawca poinformuje Klienta Konsumenta o przewidywanym terminie załatwienia sprawy.
15. Usuwając wadę lub wymieniając Produkt na nowy, Sprzedawca działa w sposób możliwie bezzwłoczny i nieuciążliwy dla Klienta Konsumenta.
16. 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/>).
17. 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 internetowego rozstrzygania sporów (ODR) prowadzonej przez Komisję Europejską (<https://ec.europa.eu/consumers/odr/>).
18. Więcej informacji o pozasądowych sposobach dochodzenia roszczeń, a także o przysługujących mu prawach Klient Konsument może uzyskać pod adresem <https://polubowne.uokik.gov.pl/>.
19. Spory pomiędzy Sprzedawcą i Klientem Przedsiębiorcą strony poddają pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego właściwego ze względu na siedzibę Sprzedawcy (właściwość umowna).

§32

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 regulaminie;
 - 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, 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 Regulaminie 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.

§33

Postanowienia końcowe

1. W zakresie nieuregulowanym w Regulaminie, Warunkach Sprzedaży oraz Polityce Prywatności zastosowanie mają:
 - a. Kodeks cywilny;
 - b. Ustawa o prawach konsumenta;
 - c. inne powszechnie obowiązujące akty prawne.