

REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO

www.goodproject.pl

Opublikowany w dniu 01.07.2022

§1

Definicje

Ilekróć w regulaminie mowa o:

1. **Sprzedawcy** – należy przez to rozumieć Mariusza Mańkowskiego prowadzącego działalność gospodarczą jako Agencja Interaktywna MANLEY Mariusz Mańkowski z siedzibą w Warszawie (ul. Grzybowska 87, 00-844 Warszawa) który został wpisany do rejestru przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej prowadzonego przez Ministra Przedsiębiorczości i Technologii (<https://prod.ceidg.gov.pl/CEIDG/CEIDG.Public.UI/Search.aspx>) i któremu nadano numer NIP 5662008658.
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 nie będącą osobą prawną, a której przepisy szczególne przyznają zdolność prawną, które składają zamówienie w Sklepie Internetowym.
3. **Kliencie Konsumentcie** – należy przez to rozumieć Klienta będącego konsumentem w rozumieniu art. 22¹ kc.
4. **Kliencie Przedsiębiorcy** – należy przez to rozumieć Klienta będącego przedsiębiorcą w rozumieniu art. 43¹ kc.
5. **Stronie Internetowej** – należy przez to rozumieć serwis internetowy prowadzony i utrzymywany przez Sprzedawcę pod adresem **<https://goodproject.pl/>**.
6. **Sklepie Internetowym** – należy przez to rozumieć zorganizowany system zawierania umów na odległość w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta stanowiący serwis internetowy prowadzony i utrzymywany przez Sprzedawcę pod adresem **<https://goodproject.pl/>**, który umożliwia Klientom składanie zamówień na produkty i usługi oferowane przez Sprzedawcę za pośrednictwem tego serwisu 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. **Zamówieniu** – należy przez to rozumieć oświadczenie woli zawarcia umowy sprzedaży, o świadczenie usług lub o wykonanie dzieła składane Sprzedawcy przez Klienta za pośrednictwem Sklepu Internetowego lub za pośrednictwem korespondencji elektronicznej.
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 zawierana jest na odległość w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta.
10. **Umowie Przenoszącej Prawa Autorskie** – należy przez to rozumieć umowę, o której mowa w art. 41 ust.1 pkt.1 prawa autorskiego na podstawie której Sprzedawca przenosi na Klienta autorskie prawa majątkowe do Produktu na warunkach określonych w Regulaminie.

11. **Umowie o Prowadzenie Konta** – należy przez to rozumieć umowę o utrzymywanie przez Sprzedawcę konta Klienta w Sklepie Internetowym i umożliwienie mu korzystanie z jego funkcjonalności.
12. **Koncie** – należy przez to rozumieć konto na Sklepie Internetowym które zostało przydzielone Klientowi po skorzystaniu przez niego z formularza „załóż konto”.
13. **Cenie** – należy przez to rozumieć zarówno cenę rozumieniu art. 535 kc jak i wynagrodzenie w rozumieniu art. 735 kc i art. 627 kc.
14. **Warunkach Realizacji** – należy przez to rozumieć warunki i zastrzeżenia umieszczone przez Sprzedawcę w opisie Produktu, które stanowią integralną część Umowy Sprzedaży.
15. **Specyfikacji** – należy przez to rozumieć warunki i zastrzeżenia poczynione przez Klienta przy składaniu Zamówienia, które stanowią integralną część Umowy Sprzedaży.
16. **Zamówieniu** – należy przez to rozumieć skorzystanie przez Klienta z formularza „złóż zamówienie” dostępnego w Sklepie Internetowym za pośrednictwem którego Klient składa zamówienie u Sprzedawcy, którego przedmiotem jest Produkt dostarczany zgodnie z Warunkami Realizacji.
17. **Plikach** – należy przez to rozumieć zapewniane przez Klienta pliki, które Sprzedawca uprawniony lub zobowiązany jest wykorzystać przy tworzeniu Produktu lub realizacji usług związanych z Produktem.
18. **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).
19. **Koszyku** – należy przez to rozumieć funkcjonalność Sklepu Internetowego pozwalającą Klientowi na gromadzenie produktów i określanie warunków Umowy Sprzedaży przed złożeniem zamówienia.
20. **Produkcie** – należy przez to rozumieć usługę lub dzieło, których wykonania podejmuje się Sprzedawca, a także rzecz której prawo własności Sprzedawca przenosi na Klienta.
21. **Produkcie Cyfrowym** – należy przez to rozumieć Produkt, który stanowi treści cyfrowe niezapisane na nośniku materialnym w rozumieniu art. 38 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.
22. **Projekcie Produktu** – należy przez to rozumieć nieukończony Produkt, który jest przedstawiany Klientowi do akceptacji oraz do wnoszenia do niego Poprawek lub Zastrzeżeń.
23. **Poprawkach** – należy przez to rozumieć żądanie Klienta wprowadzenia zmian do Projektu Produktu, które mają na celu jego modyfikację ze względów estetycznych.
24. **Zastrzeżeniach** – należy przez to rozumieć żądanie Klienta wprowadzenia zmian do Projektu Produktu, które mają na celu usunięcie jego oczywistych niezgodności z Zamówieniem lub innych wad.
25. **Pracach Dodatkowych** – należy przez to rozumieć Poprawki do Projektu Produktu wykonywane odpłatnie przez Sprzedawcę po wyczerpaniu przez Klienta określonego w Warunkach Realizacji limitu żądania wprowadzenia Poprawek.
26. **PayU** – należy przez to rozumieć PayU S.A. z siedzibą w Poznaniu, 60-166 Poznań, przy ul. Grunwaldzkiej 186, wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Poznaniu – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000274399, posiadającą numer identyfikacji podatkowej NIP 779-23-08-495, o kapitale zakładowym w wysokości 4.944.000 PLN, opłaconym w całości i będąca krajową instytucją płatniczą nadzorowaną przez Komisję Nadzoru Finansowego wpisaną do Rejestru usług płatniczych pod numerem IP1/2012.

27. **Bramce Płatności** – należy przez to rozumieć obsługę płatności bezgotówkowych zapewnianą przez PayU.
28. **Kurierze** – należy przez to rozumieć przewoźnika wybranego przez Sprzedawcę lub jego podwykonawcę któremu powierzona zostanie usługa dostarczenia i wydania Produktu Klientowi.
29. **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.).
30. **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.).
31. **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.).
32. **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.).
33. **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. Działalnością gospodarczą Sprzedawcy jest w szczególności prowadzenie działalności usługowej związanej z przygotowaniem do druku (18.13.Z).
3. Sprzedawca prowadzi działalność gospodarczą na zasadach określonych w ustawie z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. poz. 646 z późn. zm.).
4. Potwierdzenie poprawności danych Sprzedawcy można uzyskać w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (<https://prod.ceidg.gov.pl/CEIDG/CEIDG.Public.UI/Search.aspx>)
5. Numer rachunku bankowego Sprzedawcy: 12 1090 2604 0000 0001 3283 4787
6. Wszystkie treści opublikowane na Stronie Internetowej i Sklepie Internetowym stanowią własność Sprzedawcy, chyba że Regulamin stanowi 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

Regulamin

1. Regulamin określa zasady i warunki świadczenia usług w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz zawierania i wykonywania Umów Sprzedaży za pośrednictwem i z wykorzystaniem Sklepu Internetowego.
2. Regulamin wiąże wszystkich Klientów korzystających ze Sklepu Internetowego.
3. Regulamin, o ile wyraźnie w nim to zastrzeżono, może odmiennie regulować prawa i obowiązki Klientów Konsumentów oraz Klientów Przedsiębiorców.

4. 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.
5. Regulamin obowiązuje od dnia jego publikacji na Stronie Internetowej.
6. Zmiany Regulaminu obowiązują od dnia ich publikacji na Stronie Internetowej.
7. Do Umów Sprzedaży zawartych i niewykonanych w czasie, w którym nastąpiła zmiana Regulaminu, stosuje się Regulamin w brzmieniu z dnia dokonania zamówienia przez Klienta.
8. Zmiany regulaminu w zakresie Umów o Utrzymanie Konta wchodzi w życie w terminie czternastu (14) dni od dnia ich publikacji na Stronie Internetowej. Sprzedawca poinformuje Klienta o planowych 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 ze skutkiem natychmiastowym Umowy o Utrzymywanie Konta, a Sprzedawca niezwłocznie uczyni zadość żądaniu Klienta.
9. 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.
10. Integralną częścią Regulaminu jest Polityka Prywatności.

§4

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 najwyższych starań, aby Sklep Internetowy był prawidłowo obsługiwany przez przeglądarki Microsoft Internet Edge, Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera oraz Apple Safari);
 - e. włączenie w przeglądarce internetowej obsługi Cookies oraz Javascript.
4. Klient korzystając z usług świadczonych drogą elektroniczną 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 na Sklepie Internetowym zdjęć i wizualizacji Produktów odpowiadały kolorom faktycznie użytym przy wykonywaniu Produktu. Sprzedawca nie odpowiada jednak za błędne odczytywanie lub zniekształcenie kolorów zdjęć i wizualizacji Produktów spowodowane jakością lub sposobem działania urządzenia końcowego z jakiego Klient korzysta w trakcie przeglądania Sklepu Internetowego.

§5

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: kontakt@goodproject.pl
 - b. telefon: +48 665 186 090
2. Podstawową formą komunikacji stron, a w tym formą właściwą do składania wszelkich oświadczeń oraz dokonywania uzgodnień wymaganych przez Warunki Realizacji będzie korespondencja elektroniczna (e-mail).
3. Klient w kontaktach ze Sprzedawcą zobowiązany jest wykorzystywać adres e-mail wskazany przez siebie w Zamówieniu.
4. 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.
5. Sprzedawca nie rejestruje rozmów telefonicznych z Klientem.
6. W przypadku, gdy Sprzedawca prześle Klientowi e-mail zawierający Projekt Produktu do akceptacji brak odpowiedzi Klienta udzielonej w terminie trzech (3) Dni Roboczych od przesłania tego e-maila przez Sprzedawcę poczytywany będzie za brak wniesienia uwag przez Klienta i zaakceptowanie przez niego Projektu Produktu w całości.
7. W przypadku, gdy wbrew Warunkom Realizacji Klient nie współdziała ze Sprzedawcą, Sprzedawca prześle Klientowi e-mail zawierający zestawienie działań jakich się od niego domaga i wyznaczy mu odpowiedni termin na ich podjęcie, nie krótszy jednak niż pięć (5) Dni Roboczych.
8. Jeżeli opóźnienie Klienta Przedsiębiorcy z wykonaniem obowiązków określonych e-mailu zawierającym zestawienie działań jakich się od niego domaga Sprzedawca trwa czternaście (14) dni przyjmuje się, że Klient Przedsiębiorca zrezygnował z Produktu i odstąpił od Umowy Sprzedaży w rozumieniu art. 644 kc. W takim przypadku Sprzedawca może zachować całość Ceny.

§6

Sklep Internetowy

1. Korzystanie ze Sklepu Internetowego przez Klienta oznacza każde jego zapoznanie się ze 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.
- 4. Promocje prowadzone w Sklepie Internetowym nie podlegają łączeniu o ile ich Regulamin lub oferta prezentowana w Sklepie Internetowym nie stanowią inaczej.
- 5. Fotografie lub wizualizacje Produktów prezentowane w Sklepie Internetowym mają charakter jedynie poglądowy. W przypadku występowania różnic pomiędzy fotografiami lub wizualizacjami Produktów, a Produktami dostarczonymi Klientowi różnice te nie będą mogły być traktowane jako wady.

§7

Konto

1. Korzystanie z pełnej funkcjonalności Sklepu Internetowego przez Klienta nie wymaga Założenia Konta.
2. Postanowienia tego paragrafu mają zastosowanie jedynie wtedy, kiedy Sprzedawca umożliwił Klientowi założenie i utrzymywanie Konta w Sklepie Internetowym.
3. Założenie i utrzymywanie Konta w Sklepie Internetowym przez Klienta jest nieodpłatne.
4. 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.
5. W przypadku naruszenia przez Klienta Regulaminu Sprzedawca może wezwać Klienta do zaprzestania naruszeń i wyznaczyć 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.
6. 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.
7. Konto usunięte nie podlega przywróceniu. W celu skorzystania z funkcjonalności Sklepu Internetowego powiązanych z wymogiem posiadania Konta Klient powinien ponownie założyć Konto.
8. Zapoznanie się z ofertą Sprzedawcy prezentowaną w Sklepie Internetowym nie wymaga założenia Konta.
9. Klient może założyć Konto w Sklepie Internetowym z wykorzystaniem Formularza „załóż konto”.
10. Skuteczne założenie Konta wymaga podania przez Klienta w Formularz „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).

11. Klient powinien dochować należytej staranności, aby dane wprowadzone przez niego do Formularza „załóż konto” były poprawne.
12. Rozpoczęcie korzystania z Konta przez Klienta następuje poprzez zalogowanie się z wykorzystaniem utworzonego w procesie zakładania Konta loginu i hasła.

§8

Produkty

1. Postanowienia Regulaminu dotyczące Produktów stosuje się odpowiednio do Produktów Cyfrowych, chyba że Regulamin stanowi inaczej.
2. Eksponowanie Produktów przez Sprzedawcę za pośrednictwem Sklepu Internetowego stanowi zaproszenie do zawarcia Umowy Sprzedaży w rozumieniu art. 71 kc.
3. 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.
4. 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 wykonywane lub świadczone (Warunki Realizacji).
5. Przy wykonywaniu Produktów Sprzedawca może korzystać z podwykonawców.
6. Sprzedawca odpowiada za działania lub zaniechania swoich podwykonawców jak za własne.
7. W zakresie Produktów będących usługami Sprzedawca informuje Klienta Konsumenta, że po wykonaniu przez niego usługi w pełni Klient Konsument traci prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży stosownie do treści art.38 pkt. 1 ustawy o prawach konsumenta.
8. W zakresie Produktów Cyfrowych 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 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.

§9

Druk

1. W przypadku, gdy Produktem jest usługa drukarska Klient zobowiązany jest:
 - a. przestrzegać wytycznych do druku oraz używać makiet stanowiących element Warunków Realizacji;
 - b. przesać Pliki w rozdzielczości nie mniejszej niż 300 dpi (rekomendowane jest 350 dpi);
 - c. przesać wyłącznie certyfikowane Pliki będące w formacie pdf;
 - d. przesać Pliki przygotowane w standardzie CMYK.
2. W przypadku, gdy Produktem jest usługa drukarska Sprzedawca zastrzega, iż:
 - a. tolerancja przesunięcia w procesie cięcia, bigowania, szycia, klejenia lub im podobnym może wynieść do 2mm;
 - b. tolerancja przesunięcia lakieru punktowego UV może wynieść do 0,3 mm;
 - c. tolerancja różnic pomiędzy w kolorystyką Produktu, a ewentualnym wzorem dostarczonym przez Klienta może wynieść do pięciu (5) jednostek Delta E

- d. tolerancja zabrudzenia Produktu przez maszyny drukarskie wynosi mniej niż 1%;
 - e. tolerancja przesunięcia w pasowaniu farb drukarskich na Produkcie wynosi do 0,2mm;
 - f. uszlachetnienie Produktu (folia, lakier UV etc.) może skutkować nieznaczną zmianą kolorystyki Produktu;
 - g. brak uszlachetnienia Produktów, które są falcowane lub bigowane może skutkować nieznacznymi pęknięciami farby na tzw. grzbiecie;
 - h. wydrukowanie Produktu na papierze kredowym (lub mu zbliżonym) może skutkować nieznaczną zmianą nasycenia kolorystyki Produktu od papieru offsetowego.
 - i. w przypadku książek, katalogów, ulotek oraz innych produktów składanych, gdzie występuje innej gramatury okładka i innej gramatury strony wewnętrzne może wystąpić różnica kolorystyczna
 - j. różnica wydrukowanego Produktu od **wymiaru Produktu może wynieść** do 2 mm
3. Warunki Realizacji mogą przewidywać dla Klienta dodatkowe obowiązki lub zastrzeżenia.
 4. Zastrzeżenia Sprzedawcy co do Produktu będącego usługą drukarską mają to znaczenie, że cechy Produktu o których Klient został pouczony w związku z poczynionym w Regulaminie lub Warunkach Realizacji zastrzeżeniami nie będą uznawane za wadę Produktu.
 5. Odpowiedzialność Sprzedawcy w stosunku do Klienta jest ograniczona lub wyłączona w zakresie w jakim na poprawne wykonanie Produktu wpłynęły działania lub zaniechania Klienta niezgodne z Regulaminem lub Warunkami Realizacji.

§10

Warunki Realizacji

1. Każdy Produkt posiada Warunki Realizacji.
2. Warunki Realizacji mogą w szczególności dotyczyć:
 - a. Ceny;
 - b. warunków dostarczenia Produktu;
 - c. czasu wykonania Produktu (czas realizacji);
 - d. ilości Poprawek do Projektu Produktu;
 - e. przekazywania Plików dotyczących Produktu;
 - f. przekazywania wizualizacji Produktu;
 - g. wytycznych do druku oraz możliwości skorzystania z makiet;
 - h. możliwości zawarcia Umowy o Przeniesienie Praw Autorskich.
3. Sprzedawca wyda Klientowi pliki otwarte dotyczące Produktu, jeżeli Warunki Realizacji tak stanowią.
4. Warunki Realizacji mogą przewidywać obowiązek współdziałania Klienta ze Sprzedawcą. W takim przypadku Klient zobowiązuje się podejmować działania określone w Warunkach Realizacji w sposób niezwłoczny i z zachowaniem należytej staranności.
5. Opóźnienie Klienta z dostarczeniem Plików lub wykonaniem innych obowiązków określonych w Warunkach Realizacji przedłuża o czas tego opóźnienia termin w jakim Sprzedawca miał wykonać swoje zobowiązanie w stosunku do Klienta.
6. Warunki Realizacji obowiązują od dnia ich publikacji na Sklepie Internetowym.
7. Zmiany Warunków Realizacji obowiązują od dnia ich publikacji na Sklepie Internetowym.

8. Do Umów Sprzedaży zawartych i niewykonanych w czasie, w którym nastąpiła zmiana Warunków Realizacji, stosuje się Warunki Realizacji w brzmieniu z dnia dokonania Zamówienia przez Klienta.

§11

Specyfikacja

1. Produkt może posiadać opcję jego spersonalizowania przez Klienta, który korzystając z funkcjonalności Sklepu Internetowego może stworzyć Specyfikację do Zamówienia.
2. Specyfikacja może w szczególności dotyczyć:
 - a. formatu, papieru, uszlachetnienia, nakładu i innych parametrów wydruku Produktu;
 - b. określenia czy Produkt ma być realizowany z wykorzystaniem Plików;
 - c. wyboru jednego z dostępnych pakietów.
3. Specyfikacja nie może personalizować Produktu tak, że w sposób oczywisty:
 - a. zawierać on będzie treści wulgarne, obraźliwe lub w inny sposób naruszające powszechnie akceptowane normy społeczne;
 - b. naruszać on będzie prawa ochronne na znaki towarowe zarejestrowane przez osoby trzecie;
 - c. naruszać on będzie autorskie prawa majątkowe osób trzecich;
 - d. naruszać on będzie autorskie prawa osobiste osób trzecich;
 - e. naruszać on będzie dobra osobistych osób trzecich;
 - f. zawierać on będzie treści nawołujące do jakiegokolwiek dyskryminacji, a w szczególności z powodu przynależności narodowej, etnicznej, rasowej, politycznej, wyznaniowej lub z powodu bezwyznaniowości;
 - g. stanowić on będzie element 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 on będzie element 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. służyć on będzie 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.).
4. Po zawarciu Umowy Sprzedaży Specyfikacja nie może być jednostronnie modyfikowana przez Klienta.

§12

Zamówienie

1. Składając Zamówienie Klient:
 - a. akceptuje treść Regulaminu;
 - b. akceptuje Warunki Realizacji;
 - c. potwierdza, że jego Specyfikacja ma charakter kompletny i ostateczny;

- d. wskazuje adres e-mail, przy użyciu którego będzie prowadzona korespondencja;
2. Klient może zamówić Produkty dostępne w Sklepie Internetowym z wykorzystaniem Formularza „Zamówienie”.
3. W celu złożenia Zamówienia Klient powinien:
 - a. wybrać Produkt, określić jego pożądane cechy i parametry, a następnie umieścić go w Koszyku z wykorzystaniem przycisku „dodaj do koszyka”;
 - b. po zakończeniu wyboru Produktów wejść na Koszyk z wykorzystaniem przycisku „Koszyk”;
 - c. użyć przycisku „przejdź do płatności”;
 - d. wybrać adres dostawy;
 - e. wybrać sposób dostawy;
 - f. wybrać formę płatności.
4. Składając Zamówienie Klient może:
 - a. skorzystać z posiadanego kodu promocyjnego;
 - b. przesłać Sprzedawcy Pliki.
5. Wypełnienie i przesłanie przez Klienta Formularza „Zamówienie” stanowi ofertę zawarcia Umowy Sprzedaży Produktów określonych przez Klienta w Zamówieniu.
6. Jeżeli Zamówienie ma być złożone przez Klienta wyłącznie za pośrednictwem korespondencji elektronicznej postanowienia Regulaminu o Zamówieniu składanym za pośrednictwem Sklepu Internetowego stosuje się odpowiednio. W takim przypadku Sprzedawca dostarczy Klientowi Regulamin i Warunki Realizacji.
7. Klient Konsument składając Zamówienie na Produkt będący usługą wyraża Sprzedawcy zgodę na wykonanie przez niego usługi w pełni w rozumieniu art.38 pkt. 1 ustawy o prawach konsumenta.
8. Klient Konsument składając zamówienie na Produkt Cyfrowy wyraża Sprzedawcy zgodę na jego dostarczenie przed upływem terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży w rozumieniu art.38 pkt. 13 ustawy o prawach konsumenta.
9. Jeżeli Klient nie zapłaci Ceny określonej w Zamówieniu w terminie pięciu (5) Dni Roboczych od jego złożenia to przyjmuje się, że Klient zrezygnował z Zamówienia, a Sprzedawca tę rezygnację przyjął.

§13

Umowa Sprzedaży

1. Umowę Sprzedaży uważa się za zawartą, jeżeli w odpowiedzi na wypełnienie i przysłanie przez Klienta Formularza „Zamówienie” Sprzedawca prześle potwierdzenie przyjęcia Zamówienia, 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. Potwierdzenie przyjęcia Zamówienia przez Sprzedawcę może być wygenerowane w sposób automatyczny.
3. Po potwierdzeniu przyjęcia 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 przyjęcia 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. niezwłocznie po potwierdzeniu przyjęcia Zamówienia Sprzedawca poinformuje Klienta, że nie może się podjąć wykonania Produktu wedle Specyfikacji, gdyż nie ma możliwości technicznych, technologicznych lub umiejętności dla prawidłowego wykonania Produktu;
5. W przypadku otrzymania Ceny w wykonaniu Umowy Sprzedaży ostatecznie uznanej za niezawartą Sprzedawca niezwłocznie zwróci Klientowi uiszczoną Cenę.
 6. Umowa Sprzedaży zawarta zostanie w języku polskim.
 7. Prawem właściwym dla zawartej Umowy Sprzedaży będzie prawo polskie.

§14

Zmiany Umowy Sprzedaży

1. Strony w drodze negocjacji mogą zmienić Umowę Sprzedaży, a w szczególności:
 - a. zmodyfikować Warunki Realizacji;
 - b. zmodyfikować Specyfikację;
 - c. objąć nią 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 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. Wszelkie zmiany Umowy Sprzedaży dokonywane z pominięciem powyższego trybu uważane będą za nieważne.

§15

Zapłata Ceny

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. są powiększane o podatek VAT po dodaniu Produktu do Koszyka;
 - 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.
2. Klient może zapłacić Sprzedawcy Cenę za pośrednictwem Bramki Płatności lub przelewu bankowego.
 3. Sprzedawca wystawi Klientowi fakturę VAT lub fakturę imienną.
 4. W przypadku dostawy Produktów:
 - a. na terenie Rzeczypospolitej Polskiej - Sprzedawca wystawia fakturę ze stawką 23% VAT;
 - b. do Klienta Przedsiębiorcy mającego siedzibę poza Rzeczpospolitą Polską, ale na terenie Unii Europejskiej – Sprzedawca może wystawić fakturę ze stawką 0% VAT, jeżeli taka stawka znajduje zastosowanie;
 - c. do Klienta Przedsiębiorcy mającego siedzibę poza terenem Unii Europejskiej – Sprzedawca może wystawić fakturę z adnotacją o opodatkowaniu w kraju siedziby Klienta Przedsiębiorcy („The Reverse charge is applicable”).
 5. Klient wyraża zgodę na dostarczanie mu faktur za pośrednictwem korespondencji elektronicznej.
 6. Zapłata Ceny przez Klienta w drodze przelewu bankowego następuje na podstawie faktury proforma wystawionej i przesłanej Klientowi przez Sprzedawcę za pośrednictwem poczty elektronicznej. Klient zobowiązany jest w tytule przelewu oznaczyć numer faktury proforma, którą otrzymał od Sprzedawcy. Nieumieszczenie w tytule przelewu numeru faktury proforma przedłuży termin realizacji Produktu o czas niezbędny dla Sprzedawcy na ustalenie czy otrzymał Cenę od Klienta, nie dłużej jednak niż o trzy (3) Dni Robocze.

§16

Pliki

1. Jeżeli Umowa Sprzedaży tak stanowi Sprzedawca przy wykonywaniu Produktu wykorzysta Pliki dostarczone przez Klienta w uzgodnionym przez Strony zakresie.
2. Przesyłając Pliki Klient udziela Sprzedawcy zapewnienia, że posiada do nich tytuł prawny, a w szczególności autorskie prawa majątkowe, licencję, prawo ochronne na znak towarowy lub zgodę na rozpowszechnianie wizerunków osób na nich uwiecznionych.
3. Sprzedawca zastrzega, że wykorzystanie Plików przy wykonywaniu Produktu może sprawić, że powstanie utwór zależny w rozumieniu art. 2 ust. 1 prawa autorskiego. W takim przypadku wprowadzenie takiego utworu zależnego do obrotu i inne rozporządzania nim przez Klienta może zależeć od uprzedniego uzyskania przez niego zezwolenia podmiotu, któremu przysługują autorskie prawa zależne do tych Plików.
4. Wydanie Plików nastąpi na pośrednictwem korespondencji elektronicznej.
5. Pliki będące:
 - a. materiałami tekstowymi – zostaną wydane w postaci plików w formatach .txt, .rtf, .doc;
 - b. materiałami graficznymi – zostaną wydane w postaci plików w formatach .jpg, .tif, .ai, .eps, .psd, .png.
6. Za wadę Plików Strony w szczególności uznawać będą:

- a. uszkodzenie Pliku;
 - b. zainfekowanie Pliku wirusami;
 - c. zbyt niską rozdzielczość materiałów graficznych;
 - d. niespełnianie wytycznych do druku określonych w Warunkach Realizacji lub Regulaminie;
 - e. wykorzystanie w materiale fontu niezawierającego polskich liter diakrytyzowanych, chyba że materiał został sporządzony w języku obcym;
 - f. treści, które w sposób oczywisty naruszają prawa ochronne na znaki towarowe zarejestrowane przez osoby trzecie;
 - g. treści, które w sposób oczywisty naruszają autorskie prawa majątkowe osób trzecich;
 - h. treści, które w sposób oczywisty naruszają dobra osobiste osób trzecich.
7. Sprzedawca niezwłocznie zawiadomi Klienta o stwierdzeniu wad Plików. Klient może wedle swojego wyboru:
- a. dostarczyć niezwłocznie Pliki wolne od wad;
 - b. zlecić Sprzedawcy usunięcie wad Plików na warunkach określonych przez strony w drodze negocjacji;
 - c. nakazać Sprzedawcy kontynuowanie wykonywania Produktu z wykorzystaniem wadliwych Plików.
8. Sprzedawca jest zwolniony z odpowiedzialności za szkody powstałe w trakcie wykonywania i wykorzystywania Produktu, który powstał przy wykorzystaniu wadliwych Plików na wyraźne polecenie Klienta Przedsiębiorcy.
9. Klient zobowiązany jest zapewnić Specyfikację i Pliki wolne od błędów typograficznych, ortograficznych, gramatycznych i innych błędów językowych. Sprzedawca podejmie starania w celu skorygowania oczywistych omyłek pisarskich i innych błędów, ale nie jest zobowiązany do weryfikowania czy Pliki są wolne od takich wad.
10. Sprzedawca jest uprawniony do przechowywania Plików do czasu wygaśnięcia ewentualnych roszczeń Klienta związanych z wykonaniem lub niewykonaniem Umowy Sprzedaży.
11. Z chwilą wydania Plików Klient udziela Sprzedawcy niewyłącznej, nieodpłatnej oraz nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na wykorzystanie Plików na polach eksploatacji określonych w art. 50 prawa autorskiego oraz 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 magnetoptycznych, na dyskach przenośnych typu USB Pendrive oraz na serwerach w chmurze,
 - b. trwałe lub czasowe zwielokrotnianie w całości lub w części każdą techniką znaną w chwili zawarcia umowy,
 - c. wprowadzenie do pamięci elektronicznej,
 - d. wydruk.
12. Klient upoważnia Sprzedawcę do dokonywania wszelkich zmian i przeróbek Pliku, w tym do:
- a. naruszenia jego integralności;
 - b. wykorzystywania go w części;
 - c. łączenia go z innymi utworami.
13. Sprzedawca może udzielać licencji dalszej (sublicencji) do Plików swoim podwykonawcom w zakresie niezbędnym do wykonania Umowy Sprzedaży.

§17

Poprawki lub Zastrzeżenia

1. Klient może zgłosić Sprzedawcy Poprawki lub Zastrzeżenia do Projektu Produktu, jeżeli Warunki Realizacji tak stanowią.
2. Za jedno zgłoszenie Poprawek uważać się będzie jeden (1) e-mail Klienta zawierający zestawienie żądanych przez niego zmian w Projekcie Produktu. Ilość dopuszczalnych Poprawek określają Warunki Realizacji.
3. Przedmiotem Poprawek może być jedynie modyfikacja Projektu Produktu, a w szczególności:
 - a. zmiana kolorów użytych w Projekcie Produktu;
 - b. zmiana układu elementów graficznych składających się na Projekt Produktu;
 - c. zmiana warstwy tekstowej Projektu Produktu.
4. Zapoznając się z Projektem Produktu Klient zobowiązany jest zweryfikować, czy nie zawiera on błędów typograficznych, ortograficznych, gramatycznych i innych błędów językowych albo oczywistych omyłek pisarskich. Stwierdzenie występowania takich błędów po zatwierdzeniu Projektu Produktu przez Klienta Przedsiębiorcę nie będzie uznawane za wadę.
5. Za skuteczne zgłoszenie Poprawek nie będzie uznawane żądanie Klienta wprowadzenia zmian których uwzględnienie stanowiłoby rażące odstępstwo od Zamówienia lub skutkowałoby powstaniem nowego Projektu Produktu. W takim przypadku żądanie Klienta wprowadzenia tych zmian może być przez Sprzedawcę uwzględnione jedynie jako Prace Dodatkowe.
6. Zgłoszenie Poprawek lub Zastrzeżeń przez Klienta każdorazowo następować będzie w terminie siedmiu (7) dni od otrzymania przez niego Projektu Produktu.
7. Sprzedawca każdorazowo zawiadomi Klienta o wprowadzeniu Poprawek lub usunięciu wad wskazanych w Zastrzeżeniach i umożliwi mu zapoznanie się z pracami naprawczymi.
8. Po wyczerpaniu określonej w Warunkach Realizacji ilości Poprawek Klient może ponownie zgłosić Sprzedawcy Zastrzeżenia do prac naprawczych, ale dalsze Poprawki niemające na celu usunięcia wad Projektu Produktu mogą być wykonane tylko jako Prace Dodatkowe.
9. Sprzedawca na żądanie Klienta sporządzi ofertę wykonania Prac Dodatkowych, która w szczególności zawierać będzie:
 - a. Cenę wykonania Prac Dodatkowych;
 - b. termin realizacji Prac Dodatkowych;
 - c. termin na potwierdzenie przyjęcia oferty wykonania Prac Dodatkowych.
10. Klient potwierdzi w oznaczonym przez Sprzedawcę terminie przyjęcie lub odrzucenie oferty na wykonanie Prac Dodatkowych. Brak odpowiedzi Klienta we wspomnianym terminie poczytuje się za odrzucenie oferty w całości.
11. W przypadku przyjęcia przez Klienta oferty na wykonanie Prac Dodatkowych stosuje się do nich postanowienia Regulaminu.

§18

Odstąpienie

1. Klient może odstąpić od Umowy Sprzedaży, jeżeli uprawnienie takie wynika z przepisów kodeksu cywilnego lub innych ustaw.
2. Sprzedawca poucza Klienta Konsumenta, że nie przysługuje mu prawo do odstąpienia od Umowy Sprzedaży, gdyż w stosunku do tej umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość zachodzą wyjątki określone w art.38 ustawy o prawach konsumenta, a to:
 - a. przedmiotem Umowy Sprzedaży jest Produkt stanowiący usługę, którą Sprzedawca wykonał w pełni tj. wyjątek określony w art. 38 pkt. 1 ustawy o prawach konsumenta;
 - b. przedmiotem Umowy Sprzedaży jest Produkt stanowiący rzecz nieprefabrykowaną wyprodukowaną według specyfikacji Klienta Konsumenta wskazanej w Formularzu „Zamówienie” lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb tj. wyjątek określony w art. 38 pkt. 3 ustawy o prawach konsumenta;
 - c. przedmiotem Umowy Sprzedaży jest Produkt Cyfrowy, który został dostarczony przez Sprzedawcę tj. wyjątek określony w art. 38 pkt. 13 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.
5. Do zachowania terminu na odstąpienie od Umowy Sprzedaży przez Klienta Konsumenta wystarczającym jest nadanie oświadczenia przed upływem terminu na złożenie oświadczenia o odstąpieniu. Złożenie oświadczenia o odstąpieniu na 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 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.
8. W terminie siedmiu (7) Dni Roboczych od powzięcia wiedzy w tym przedmiocie Sprzedawca może odmówić wykonania Produktu z wykorzystaniem wadliwych Plików lub na podstawie Specyfikacji personalizującej Produkt w sposób niezgodny z Regulaminem, jeżeli wykonanie Umowy Sprzedaży w sposób określony przez Klienta:
 - a. narażałoby Sprzedawcę na odpowiedzialność cywilną, karną, wykroczeniową lub administracyjną;
 - b. jest technicznie niewykonalne z przyczyn dotyczących Plików.
9. Odmowa wykonania Produktu przez Sprzedawcę jest równoznaczna z jego odstąpieniem od Umowy Sprzedaży. W takim przypadku Sprzedawca niezwłocznie zwróci Klientowi Cenę.

10. W terminie jednego (1) Dnia Roboczego od zawarcia Umowy Sprzedaży Klient może odstąpić od Umowy Sprzedaży za zapłatą oznaczonej sumy (odstępnego), które wynosić będzie dla Klienta Przedsiębiorcy 50% Ceny (netto), a dla Klienta Konsumenta 15% Ceny (netto). Oświadczenie Klienta o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży jest skuteczne tylko wtedy, gdy zostało złożone jednocześnie z zapłatą odstępnego. Za zapłatę odstępnego przez Klienta będzie również uznawać się zatrzymanie przez Sprzedawcę części Ceny na poczet jego pokrycia.

§19

Dostawa

1. Szczegółowe warunki dostawy określają Warunki Realizacji.
2. Dostawa Produktów odbywa się na terenie Unii Europejskiej.
3. Dostawa Produktów odbywa się za pośrednictwem Kuriera wybranego przez Sprzedawcę.
4. Sprzedawca wyda Produkt Kurierowi w terminie do dwóch (2) Dni Roboczych od wykonania Produktu.
5. Sprzedawca może zawiadomić Klienta o wydaniu Kurierowi przesyłki z Produktem.
6. 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.
7. 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.
8. 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 przez Klienta Przedsiębiorcę pokrycia kosztów jej ponownego doręczenia przez Kuriera przesyłka z Produktem po czternastu (14) dniach będzie uważana za porzuconą w rozumieniu art. 180 kc. Sprzedawca może postąpić z porzuconą przesyłką wedle własnego uznania, a w szczególności zniszczyć ją lub zutylizować.
9. Dostawa Produktów Cyfrowych odbywa się na wskazany przez Klienta adres poczty elektronicznej.
10. Koszt Dostawy Produktu nie jest wliczony w Cenę i obciąża Sprzedawcę, chyba że Regulamin lub Warunki Realizacji stanowią inaczej.

§20

Rękojmia

1. Sprzedawca odpowiada względem Klienta za wadę fizyczną lub prawną Produktu na podstawie przepisów dotyczących rękojmi (art. 556 kc i dalsze). Terminy wygaśnięcia uprawnień z rękojmi lub przedawnienia się związanych z tym prawem roszczeń określają art. 568 kc i art. 576 kc.
2. Przepisy kodeksu cywilnego, do których odsyła Regulamin, mogą odmiennie regulować prawa oraz obowiązki Klienta Konsumenta i Klienta Przedsiębiorcy.
3. Przepisy kodeksu cywilnego dotyczące rękojmi, 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.
4. Wada fizyczna Produktu występuje w szczególności, gdy Produkt obciążony jest wadami o jakich mowa w art. 556¹ kc. Sprzedawca jest odpowiedzialny z tytułu rękojmi za wady fizyczne Produktu, które istniały w chwili przejścia niebezpieczeństwa na Klienta lub wynikły z przyczyny tkwiącej w Produkcie w tej samej chwili.
 5. Wada prawna Produktu występuje w szczególności, gdy Produkt obciążony jest wadami o jakich mowa w art. 556³ kc.
 6. W przypadku stwierdzenia wady Produktu Sprzedawca powinien niezwłocznie wymienić produkt na wolny od wad lub wadę usunąć, z zastrzeżeniem ograniczeń wynikających z art. 560 kc.
 7. Jeżeli Produkt ma wadę Klient może złożyć Sprzedawcy oświadczenie o obniżeniu Ceny albo o odstąpieniu. Prawo Klienta do odstąpienia od umowy Sprzedaży podlega ograniczeniu wynikającemu z art. 565 kc. Klient nie może również odstąpić od umowy sprzedaży Produktu, jeżeli jego wada jest nieistotna.
 8. W ramach rękojmi Klient Konsument może dodatkowo żądać wymiany Produktu na wolny od wad albo zamiast wymiany Produktu żądać usunięcia jego wady.
 9. Klient wykonując swoje uprawnienia z rękojmi powinien dostarczyć Sprzedawcy wadliwy Produkt na warunkach określonych w art. 561² kc. Koszty wymiany lub naprawy Produktu ponosi Sprzedawca z ograniczeniami wynikającymi z art. 561³ kc. Wymiana Produktu na nowy lub usunięcie jego wady następuje na warunkach i w terminie określonym w art. 561 kc.
 10. Jeżeli Produkt nabył Klient Konsument, a wada fizyczna Produktu została stwierdzona przed upływem terminu określonego w art. 556² kc to domniemywa się, że wada lub jej przyczyna istniała w chwili przejścia niebezpieczeństwa na Klienta Konsumenta.
 11. Sprzedawca może być zwolniony ze swojej odpowiedzialności z tytułu rękojmi w przypadkach określonych w art. 557 kc, a jej ograniczenie lub modyfikacja może nastąpić jedynie na warunkach wskazanych w art. 558 kc. Sprzedawca nie będzie zwolniony z odpowiedzialności za wadę Produktu, jeżeli ją podstępnie zataił w rozumieniu art. 564 kc.
 12. Klient może żądać od Sprzedawcy naprawienia szkody w przypadkach i na warunkach określonych w art. 566 kc i art. 574 kc.
 13. Klient Przedsiębiorca traci uprawnienia z tytułu rękojmi, jeżeli nie zbadał Produktu w terminie trzech (3) dni od jego dostarczenia i nie zawiadomił niezwłocznie o 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.
 14. Spory pomiędzy Sprzedawcą i Klientem Przedsiębiorcą strony poddają pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego właściwego ze względu na siedzibę Sprzedawcy (właściwość umowna).

§21

Reklamacje

1. Jeżeli reklamacja Klienta Konsumenta zawiera żądania, o których mowa w art. 561⁵ kc, a Sprzedawca nie ustosunkował się do tego żądania w terminie czternastu (14) dni to uważa się, że żądanie to uznał za uzasadnione.
2. Postanowienia Regulaminu o reklamacji stosuje się odpowiednio do Klienta Przedsiębiorcy z zastrzeżeniem, że brak odpowiedzi Sprzedawcy na zgłoszenie wad (reklamację) nie stanowi uznania zgłoszenia (reklamacji) w całości ani w części za zasadnego.
3. Klient Konsument może składać reklamację:
 1. za pośrednictwem poczty tradycyjnej – na adres Agencja Interaktywna MANLEY Mariusz Mańkowski z siedzibą w Warszawie, ul. Grzybowska 87, 00-844 Warszawa;
 2. za pośrednictwem poczty elektronicznej – na adres kontakt@goodproject.pl;
4. Klient Przedsiębiorca może składać reklamację wyłącznie za pośrednictwem poczty elektronicznej – na adres kontakt@goodproject.pl.
5. Reklamacja powinna zawierać:
 1. dane identyfikujące Klienta Konsumenta;
 2. dane identyfikujące Umowę Sprzedaży lub numer faktury VAT;
 3. zwięzłe określenie przedmiotu reklamacji;
 4. zwięzłe określenie oczekiwań Klienta Konsumenta co do sposobu załatwienia reklamacji przez Sprzedawcę;
 5. inne informacje które Klient Konsument uzna za przydatne przy rozpoznawaniu reklamacji.
6. Klient Konsument zobowiązany jest współdziałać ze Sprzedawcą w celu umożliwienia mu sprawnego rozpoznania reklamacji.
7. Sprzedawca rozpoznaje reklamacje w następujących terminach:
 1. jeżeli reklamacja jest oczywiście uzasadniona – niezwłocznie;
 2. jeżeli reklamacja wymaga zwykłych czynności związanych z ustalaniem stanu faktycznego – do 7 dni roboczych;
 3. jeżeli reklamacja wymaga znacznych nakładów czasu i pracy związanych z ustalaniem stanu faktycznego – do 10 dni roboczych;
 4. w każdym przypadku – do 14 dni.
8. Brak odpowiedzi Sprzedawcy na reklamację Klienta Konsumenta poczytuje się za uznanie jej w całości za zasadną.
9. Po otrzymaniu reklamacji Sprzedawca:
 1. niezwłocznie przystąpi do rozpatrywania reklamacji;
 2. zwróci się do Klienta Konsumenta o dalsze informacje i wyjaśnienia, jeżeli będzie to konieczne dla prawidłowego rozpoznania reklamacji;
 3. przystąpi do oględzin wad i usterek Produktu zgłoszonych przez Klienta Konsumenta.
10. Na podstawie ustalonego przez siebie stanu faktycznego Sprzedawca może:
 1. uwzględnić reklamację w całości i spełnić świadczenie, którego żąda Klient Konsument lub świadczenie ekwiwalentne, na które Klient Konsument wyraził zgodę;
 2. 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;
 3. nie uwzględnić reklamacji wskazując przyczyny i podstawy dla których nie mógł uwzględnić reklamacji w całości ani w części;

4. wystąpić do Klienta Konsumenta z propozycją zawarcia ugody, jeżeli okoliczności sprawy nasuwają istotne wątpliwości co do zasadności stanowisk obydwóch stron.
11. Rozstrzygając o zasadności reklamacji Sprzedawca przedstawia Klientowi Konsumentowi swoje stanowisko wraz z uzasadnieniem na piśmie lub za pośrednictwem poczty elektronicznej.
12. Uznając reklamację za zasadną w całości lub w części Sprzedawca poinformuje Klienta Konsumenta o przewidywanym terminie załatwienia sprawy.
13. Usuwając wadę lub wymieniając Produkt na nowy Sprzedawca działa w sposób możliwie bezzwłoczny i nieuciążliwy dla Klienta Konsumenta.
14. W przypadku sporu z Sprzedawcą Klient Konsument może zwrócić się o mediację do:
 1. 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).
 2. 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.).
15. Przed wytoczeniem powództwa Klient Konsument może skorzystać także z postępowania pojednawczego określonego w art. 184 kpc i dalsze składając wniosek we właściwym miejscowo Sądzie Powszechnym.

§22

Autorskie prawa majątkowe

1. Jeżeli Warunki Realizacji tak stanowią Sprzedawca niezwłocznie zawrze z Klientem Umowę Przenoszącą Prawa Autorskie, której istotne warunki określa Regulamin.
2. Sprzedawca oświadcza, że:
 - a. posiadać będzie autorskie prawa majątkowe do Produktu, w szczególności skutecznie nabędzie udziały w tych prawach od współtwórców będących jej podwykonawcami lub pracownikami;
 - b. nie udzieli osobie trzeciej licencji na wykorzystanie Produktu w całości ani w części, ani nie dokona innego rozporządzenia autorskimi prawami majątkowymi do niego.
3. Z chwilą zawarcia Umowy Przenoszącej Prawa Autorskie Sprzedawca przenosi na Klienta autorskie prawa majątkowe do Produktu łącznie z wyłącznym prawem do udzielania zezwoleń na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do wykorzystania na polach eksploatacji określonych w art. 50 prawa autorskiego oraz 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 magnetoptycznych, na dyskach przenośnych typu USB Pendrive oraz na serwerach w chmurze,
 - b. nadawanie za pomocą fonii lub wizji, w sposób bezprzewodowy (drogą naziemną i satelitarną) lub w sposób przewodowy, w dowolnym systemie i standardzie, w tym także poprzez sieci kablowe i platformy cyfrowe,
 - c. trwałe lub czasowe zwielokrotnianie w całości lub w części każdą techniką znaną w chwili zawarcia umowy,
 - d. wprowadzenie do pamięci elektronicznej,
 - e. publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie i udostępnienie,
 - f. wykorzystanie w dowolnych działaniach komunikacyjnych,

- g. publikacja w formie książki, broszury lub e-booka,
 - h. publikacja w prasie,
 - i. publikacja w Internecie i Intranecie,
 - j. obrót egzemplarzami nośników w kraju i za granicą,
 - k. użyczenie, najem lub dzierżawa nośników,
 - l. wykorzystanie do celów edukacyjnych lub szkoleniowych,
 - m. wykorzystanie w promocjach, reklamach, marketingu produktów i usług,
 - n. wykorzystanie przy opracowywaniu nowych produktów i usług,
 - o. wykorzystanie do oznaczenia przedsiębiorstwa, produktów i usług.
4. Klient nie jest zobowiązany do oznaczania jakiegokolwiek osoby jako twórcy Produktu.
 5. Sprzedawca nie określa sposobu korzystania z Produktu.
 6. Sprzedawcy nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie za korzystanie przez Klienta z Produktu w jakikolwiek sposób, a w szczególności Sprzedawcy nie przysługuje prawo do dodatkowego wynagrodzenia za wykorzystywanie Produktu na każdym, określonym w Umowie Przenoszącej Prawa Autorskie, odrębnym polu eksploatacji.
 7. Prawa do Produktu nie są ograniczone czasowo ani terytorialnie.
 8. Sprzedawca upoważnia Klienta do dokonywania wszelkich zmian i przeróbek Produktu, a w tym do:
 - a. naruszenia jego integralności;
 - b. wykorzystywania go w części;
 - c. łączenia go z innymi utworami.
 9. Przejście autorskich praw majątkowych do Produktu na Klienta powoduje przejście na niego także prawa własności nośnika, na którym Produkt został utrwalony, chyba że jego wydanie nastąpiło w formie elektronicznej (Produkt Cyfrowy).

§23

Licencja

1. Jeżeli Warunki Realizacji nie stanowią, że Sprzedawca zawrze z Klientem Umowę Przenoszącą Prawa Autorskie to Sprzedawca udziela Klientowi licencji na korzystanie z Produktu na warunkach określonych w Regulaminie.
2. Sprzedawca oświadcza, że:
 - a. posiadać będzie autorskie prawa majątkowe do Produktu, w szczególności skutecznie nabędzie udziały w tych prawach od współtwórców będących jej podwykonawcami lub pracownikami;
 - b. nie udzieli osobie trzeciej licencji wyłącznej na wykorzystanie Produktu w całości ani w części, ani nie dokona innego rozporządzenia autorskimi prawami majątkowymi do niego;
3. Z chwilą wydania Produktu Sprzedawca udziela Klientowi niewyłącznej, nieodpłatnej oraz nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na wykorzystanie Produktu na polach eksploatacji określonych w art. 50 prawa autorskiego oraz na następujących polach eksploatacji:
 - d. 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 magnetoptycznych, na dyskach przenośnych typu USB Pendrive oraz na serwerach w chmurze,

- e. nadawanie za pomocą fonii lub wizji, w sposób bezprzewodowy (drogą naziemną i satelitarną) lub w sposób przewodowy, w dowolnym systemie i standardzie, w tym także poprzez sieci kablowe i platformy cyfrowe,
 - f. trwałe lub czasowe zwielokrotnianie w całości lub w części każdą techniką znaną w chwili zawarcia umowy,
 - g. wprowadzenie do pamięci elektronicznej,
 - h. publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie i udostępnienie,
 - i. wykorzystanie w dowolnych działaniach komunikacyjnych,
 - j. publikacja w formie książki, broszury lub e-booka,
 - k. publikacja w prasie,
 - l. publikacja w Internecie i Intranecie,
 - m. obrót egzemplarzami nośników w kraju i za granicą,
 - n. użyczenie, najem lub dzierżawa nośników,
 - o. wykorzystanie do celów edukacyjnych lub szkoleniowych,
 - p. wykorzystanie w promocjach, reklamach, marketingu produktów i usług,
 - q. wykorzystanie przy opracowywaniu nowych produktów i usług,
 - r. wykorzystanie do oznaczenia przedsiębiorstwa, produktów i usług.
2. Klient nie jest zobowiązany do oznaczania jakiejkolwiek osoby jako twórcy Produktu ani Sprzedawcy jako licencjodawcy.
 3. Sprzedawca nie określa sposobu korzystania z Produktu.
 4. Sprzedawcy nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie za korzystanie przez Klienta z Produktu w jakikolwiek sposób, w szczególności Sprzedawcy nie przysługuje prawo do dodatkowego wynagrodzenia za wykorzystanie Produktu na każdym określonym w Regulaminie odrębnym polu eksploatacji.
 5. Sprzedawca upoważnia Klienta do dokonywania wszelkich zmian i przeróbek Produktu, w tym do:
 - a. naruszenia jego integralności;
 - b. wykorzystywania go w części;
 6. Sprzedawca nie przeniesie na Klienta autorskich praw majątkowych ani nie udzieli mu licencji do treści, narzędzi, plug-inów (wtyczek) lub innych programów, które posłużyły do wykonania Produktu zgodnie z postanowieniami licencji na ich wykorzystanie (w szczególności: licencje typu Open Source, Creative Commons i GPLv2). W zakresie tych treści przyjmuje się, że z chwilą wydania Produktu Klientowi ten korzysta z nich na zasadach określonych we właściwych dla nich warunkach licencji udzielonych przez ich twórców.
 7. Jeżeli przy tworzeniu Produktu Sprzedawca wykorzysta fotografię lub grafikę stockową przyjmuje się, że z chwilą wydania Produktu Klientowi ten korzysta z nich jako sublicencjobiorca na warunkach określonych w regulaminie podmiotu udzielającego Sprzedawcy licencji na tę fotografię lub grafikę stockową.

§24

Portfolio

1. Klient Przedsiębiorca wyraża Sprzedawcy zgodę na prezentowanie wykonanego dla niego Produktu w swoim portfolio, a w szczególności:
 - a. na Stronie Internetowej;
 - b. na Sklepie Internetowym;

- c. w newsletterze;
 - d. w mediach społecznościowych;
 - e. w formie prezentacji (*case studies*).
2. Klient Konsument może wyrazić Sprzedawcy zgodę na prezentowanie wykonanego dla niego Produktu:
- a. na Stronie Internetowej;
 - b. na Sklepie Internetowym;
 - c. w newsletterze;
 - d. w mediach społecznościowych;
 - e. w formie prezentacji (*case studies*).

§25

Dane osobowe

1. Postanowienia dotyczące danych osobowych nie mają zastosowania do Klienta nie będącego osobą fizyczną.
2. Sprzedawca przetwarza następujące dane Klienta:
 - a. imię;
 - b. nazwisko;
 - c. nazwa działalności (dotyczy Klientów Przedsiębiorców);
 - d. adres zamieszkania 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 płatności dokonywanych przez Klientów 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 możliwości 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 przy 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.
 8. W przypadku przekazania danych osobowych Klienta do Bramki Płatności w związku z obsługą i rozliczaniem płatności dokonywanych przez niego na rzecz Sprzedawcy przez Internet przy użyciu instrumentów płatniczych, podanie danych jest wymagane w celu realizacji płatności i przekazania potwierdzenia jej dokonania przez Bramkę Płatności na rzecz Sprzedawcy. W przypadku przekazania danych osobowych Klienta do Bramki Płatności 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 podanie tych danych jest wymagane w celu umożliwienia realizacji umowy zawartej pomiędzy Sprzedawcą a Bramką Płatności.
 9. 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.