

REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO MEDIA SMART GROUP Sp. z o. o. **(obowiązujący od 30.04.2025 r.)**

Niniejszy Regulamin określa ogólne warunki oraz zasady działania sklepu internetowego Media Smart Group (zwanego dalej „Sklepem Internetowym”). Za pośrednictwem Sklepu Internetowego Usługodawca świadczy na rzecz Klientów usługi drogą elektroniczną, jak również umożliwia Klientom zapoznanie się z Towarami i zawarcie Umowy sprzedaży.

§ 1 Definicje

1. **Strona Internetowa** - należący do Usługodawcy i zarządzany przez niego zbiór uporządkowanych logicznie, połączonych ze sobą przez nawigację oraz linki elementów, prezentowanych za pomocą przeglądarki internetowej pod jednolitym adresem elektronicznym www.mediasmart.pl dzięki którym użytkownik może m. in. dokonać zakupu Towaru.
2. **Dni robocze** - oznacza dni tygodnia od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy.
3. **Dostawa** - oznacza czynność faktyczną polegającą na:
 - a) dostarczeniu Klientowi przez Sprzedawcę, w tym za pośrednictwem Dostawcy, Towaru określonego w zamówieniu, albo
 - b) odbiorze przez Klienta Towaru określonego w zamówieniu w Biurze Obsługi Klienta (sklepie stacjonarnym).
4. **Dostawca** - oznacza podmiot, z którym współpracuje Sprzedawca w zakresie dokonywania Dostawy Towarów:
 - a) firmę kurierską;
 - b) operatora urządzeń paczkowych (tzw. paczkomat, inny wyznaczony punkt odbioru).
5. **Hasło** - oznacza ciąg znaków literowych, cyfrowych lub innych wybranych przez Klienta podczas Rejestracji w Sklepie Internetowym, wykorzystywanych w celu zabezpieczenia dostępu do Konta Klienta w Sklepie Internetowym.
6. **Infolinia Konsumencka** - oznacza numer telefonu +48 573 449 447, pod którym Klient może skontaktować się z Usługodawcą.
7. **Klient** - oznacza podmiot, na rzecz którego zgodnie z Regulaminem i przepisami prawa mogą być świadczone usługi drogą elektroniczną lub z którym zawarta może być Umowa sprzedaży.
8. **Konsument** - oznacza pełnoletnią osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.
9. **Konto Klienta** - oznacza indywidualny dla każdego Klienta panel, uruchomiony na jego rzecz przez Usługodawcę, po dokonaniu przez Klienta Rejestracji na Stronie Internetowej.
10. **Przedsiębiorca** - oznacza osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadzącą we własnym imieniu

działalność gospodarczą lub zawodową i dokonującą czynności prawnej związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

11. **Przedsiębiorca Indywidualny** - oznacza osobę fizyczną zawierającą umowę związaną bezpośrednio z prowadzoną przez nią działalnością gospodarczą, jeśli 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.

12. **Regulamin** - oznacza niniejszy regulamin.

13. **Rejestracja** - oznacza czynność dokonaną w sposób określony w Regulaminie, wymaganą dla korzystania przez Klienta ze wszystkich funkcjonalności Sklepu Internetowego.

14. **Sklep Stacjonarny** – oznacza Biuro Obsługi Klienta lub inne miejsce przeznaczone do obsługi Klientów, których lista dostępna jest pod adresem: www.mediasmart.pl

15. **Sprzedawca** - oznacza Media Smart Group Sp. z o. o. z siedzibą w Łańcucie (37-100), ul. Rodziewiczówny 21/1, NIP: 8151823436, e-mail: biuro@mediasmart.pl lub zamowienia@mediasmart.pl

16. **Strona Internetowa Sklepu** - oznacza strony internetowe, pod którymi Usługodawca prowadzi Sklep Internetowy, działające w domenie www.mediasmart.pl lub www.mediasmartgroup.pl

17. **Towar** - oznacza produkt przedstawiony przez Sprzedawcę za pośrednictwem Strony Internetowej Sklepu, mogący być przedmiotem Umowy sprzedaży.

18. **Towar z elementami cyfrowymi** - oznacza Towar zawierający treść cyfrową lub usługę cyfrową lub z nimi połączony w taki sposób, że brak treści cyfrowej lub usługi cyfrowej uniemożliwiłby jego prawidłowe funkcjonowanie, np. smartwatch.

19. **Treść cyfrowa** - oznacza dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej, np. e-kod, płyta CD z muzyką.

20. **Trwały nośnik** - oznacza materiał lub narzędzie umożliwiające Klientowi, Sprzedawcy lub Usługodawcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci.

21. **Umowa sprzedaży** - oznacza umowę sprzedaży zawartą na odległość między Klientem a Sprzedawcą na zasadach określonych w Regulaminie.

22. **Usługa dodatkowa** - oznacza usługę odpłatną, świadczoną na rzecz Klienta poza Sklepem Internetowym, której zakup możliwy jest wyłącznie do urządzenia zakupionego w Sklepie Internetowym.

23. **Usługodawca** - oznacza Media Smart Group Sp. z o. o. z siedzibą w Łańcucie (37-100), ul. Rodziewiczówny 21/1, NIP: 8151823436, e-mail: biuro@mediasmart.pl lub zamowienia@mediasmart.pl , będącą jednocześnie właścicielem Sklepu Internetowego.

24. **Przedsiębiorca Profesjonalista** – oznacza podmiot będący przedsiębiorcą, który dokonuje zakupu na potrzeby prowadzonej działalności gospodarczej jeżeli charakter prowadzonej przez niego działalności potwierdza m. in. zarobkową sprzedaż detalicznej lub hurtową elektroniki

lub akcesoriów gsm, decyduje PKD uwidocznione w CEIDG/KRS

§ 2 Postanowienia ogólne i korzystanie ze Sklepu Internetowego

1. Wszelkie prawa do Sklepu Internetowego, w tym majątkowe prawa autorskie, prawa własności intelektualnej do jego nazwy, jego domeny internetowej, Strony Internetowej Sklepu, Aplikacji a także do wzorców, formularzy, logotypów i zdjęć zamieszczanych w Sklepie Internetowym (z wyjątkiem niektórych logotypów i zdjęć prezentowanych w Sklepie Internetowym w celach prezentacji towarów, do których to prawa autorskie należą do podmiotów trzecich) należą do Usługodawcy.
2. Usługodawca dokłada starań, aby korzystanie ze Strony Internetowej Sklepu, w tym z Konta Klienta, było możliwe dla użytkowników Internetu z użyciem wszystkich popularnych przeglądarek internetowych, systemów operacyjnych, typów urządzeń oraz typów połączeń internetowych. Minimalne wymagania techniczne umożliwiające korzystanie ze Strony Internetowej Serwisu to przeglądarka internetowa w wersji wspieranej przez producenta z włączoną obsługą języka JavaScript oraz łącze internetowe o przepustowości co najmniej 512 kbit/s. Strona Internetowa Sklepu jest responsywna i dynamicznie dopasowuje się do każdej rozdzielczości ekranu.
3. W celu złożenia zamówienia w Sklepie Internetowym oraz w celu korzystania z usług nieodpłatnych świadczonych przez Usługodawcę, konieczne jest posiadanie przez Klienta aktywnej skrzynki poczty elektronicznej.
4. W celu złożenia zamówienia w Sklepie Internetowym przez telefon lub przy wykorzystaniu nieodpłatnej usługi chat, konieczne jest posiadanie przez Klienta aktywnego numeru telefonu lub aktywnej skrzynki poczty elektronicznej.
5. Zakazane jest dostarczanie przez Klienta treści o charakterze bezprawnym oraz wykorzystywanie przez Klienta Sklepu Internetowego, Strony Internetowej Sklepu lub usług nieodpłatnych świadczonych przez Usługodawcę w sposób sprzeczny z prawem, dobrymi obyczajami lub naruszający dobra osobiste osób trzecich.
6. Usługodawca oświadcza, iż publiczny charakter Internetu i korzystanie z usług świadczonych drogą elektroniczną wiązać może się z zagrożeniem pozyskania i modyfikowania danych Klientów przez osoby nieuprawnione, dlatego Klienci powinni stosować właściwe środki techniczne, które zminimalizują wskazane wyżej zagrożenia. W szczególności powinni stosować programy zabezpieczające przed zagrożeniami dla cyberbezpieczeństwa (np. złośliwym oprogramowaniem, fałszywymi stronami internetowymi służącymi do wyłudzenia danych) i chroniące tożsamość użytkowników Internetu. Usługodawca nigdy nie zwraca się do Klienta z prośbą o udostępnienie mu w jakiegokolwiek formie Hasła.
7. Nie jest dopuszczalne wykorzystywanie zasobów i funkcji Sklepu Internetowego w celu prowadzenia przez Klienta działalności, która naruszałaby interes Usługodawcy lub Sprzedawcy, tj. działalności reklamowej innego przedsiębiorcy lub produktu; działalności polegającej na zamieszczaniu treści niezwiązanych z działalnością Sprzedawcy; działalności polegającej na zamieszczaniu treści nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd.
8. Klient obowiązany jest do korzystania z usług i funkcjonalności udostępnianych przez Usługodawcę w sposób niezakłócający funkcjonowania Usługodawcy oraz Sklepu Internetowego. Za działanie zakłócające funkcjonowanie może być uznane w szczególności składanie zamówień

w sposób uzasadniający podejrzenie korzystania z narzędzi automatyzujących proces składania zamówień, w szczególności botów, lub korzystanie z usług i funkcjonalności udostępnianych przez Usługodawcę w sposób wskazujący na zamiar naruszenia postanowień Regulaminu lub przepisów prawa.

9. Sklep Internetowy nie prowadzi sprzedaży hurtowej Towarów. Przez sprzedaż hurtową należy rozumieć zamówienie przekraczające kwotę 15.000 pln brutto (słownie: piętnaście tysięcy złotych 00 groszy)

10. Sprzedawca może anulować zamówienie złożone przez Klienta (tj. odstąpić od Umowy sprzedaży w rozumieniu art. 395 Kodeksu cywilnego) od momentu zawarcia Umowy sprzedaży aż do dnia w którym miała nastąpić wysyłka zakupionego Towaru. Odstąpienie od Umowy sprzedaży w tym wypadku może nastąpić bez podania przyczyny, w szczególności w przypadku sprzedaży hurtowej Towarów. Odstąpienie nie rodzi po stronie Klienta żadnych roszczeń w stosunku do Sprzedawcy.

11. Sprzedawca najpóźniej w chwili wyrażenia przez Klienta woli związania się umową informuje Klienta o funkcjonalnościach towarów z elementami cyfrowymi oraz treści cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środkach ich ochrony (np. poprzez zamieszczenie określonych informacji na karcie produktu).

12. Sprzedawca najpóźniej w chwili wyrażenia przez Klienta woli związania się umową informuje Klienta o mających znaczenie kompatybilności i interoperacyjności towarów z elementami cyfrowymi lub treści cyfrowych (np. poprzez zamieszczenie określonych informacji na karcie produktu).

§ 3 Rejestracja

1. W celu utworzenia Konta Klienta, Klient obowiązany jest dokonać nieodpłatnej Rejestracji.

2. Rejestracja nie jest konieczna do złożenia zamówienia w Sklepie Internetowym.

3. W celu Rejestracji Klient powinien wypełnić formularz rejestracyjny udostępniony przez Usługodawcę i przesłać wypełniony formularz rejestracyjny drogą elektroniczną do Usługodawcy poprzez wybór odpowiedniej funkcji znajdującej się w formularzu rejestracyjnym. Podczas Rejestracji Klient ustala indywidualne Hasło.

4. W trakcie wypełniania formularza rejestracyjnego Klient ma możliwość zapoznania się z Regulaminem i zaakceptowania jego treści poprzez oznaczenie odpowiedniego pola w formularzu. Zapoznanie się z Regulaminem i jego zaakceptowanie jest warunkiem koniecznym do dokonania Rejestracji.

5. Dodatkowo, Klient za pośrednictwem Sklepu Internetowego może dokonać Rejestracji oraz późniejszego logowania w Sklepie Internetowym, a także przekazywania danych wysyłkowych do realizacji zamówienia, z wykorzystaniem konta w serwisie zewnętrznym, w tym portfeli elektronicznych.

6. Po przesłaniu wypełnionego formularza rejestracyjnego Klient otrzymuje niezwłocznie na adres poczty elektronicznej podany w formularzu rejestracyjnym potwierdzenie Rejestracji przez Usługodawcę. Z tą chwilą zawarta zostaje umowa o dostarczanie usługi Konto Klienta, zaś Klient uzyskuje możliwość dostępu do Konta Klienta i dokonywania zmian podanych podczas Rejestracji danych.

§ 4 Zamówienia

1. Informacje zawarte w Sklepie Internetowym nie stanowią oferty Sprzedawcy w rozumieniu Kodeksu cywilnego, a jedynie zaproszenie Klientów do składania ofert zawarcia Umowy sprzedaży.
2. Klient może składać zamówienia w Sklepie Internetowym za pośrednictwem Strony Internetowej Sklepu lub poczty elektronicznej przez 7 dni w tygodniu, 24 godziny na dobę.
3. Klient może składać zamówienia w Sklepie Internetowym lub poprzez dodatkowe formy elektronicznego kontaktu ze Sprzedawcą, w godzinach i dniach wskazanych w Sklepie Internetowym.
4. Klient składający zamówienie za pośrednictwem Strony Internetowej Sklepu kompletuje zamówienie wybierając Towar lub Towar i Usługę dodatkową, którymi jest zainteresowany oraz dodaje go do "KOSZYKA". Klient po skompletowaniu całości zamówienia i wskazaniu w „KOSZYKU” sposobu Dostawy oraz formy płatności, składa zamówienie za pomocą dostępnego formularza zamówienia, wybierając następnie przycisk „KUPUJĘ I PŁACĘ”. Każdorazowo przed złożeniem zamówienia, Klient jest informowany o danych Sprzedawcy, o łącznej cenie za wybrany Towar i Dostawę, lub Towar, Usługę dodatkową (wraz ze sposobem realizacji) i Dostawę, jak też o wszystkich dodatkowych kosztach, jakie jest zobowiązany ponieść w związku z Umową sprzedaży.
5. W szczególnych przypadkach liczba sztuk Towaru, jaki zakupuje Klient może być ograniczona, o czym Klient jest każdorazowo informowany podczas składania zamówienia lub niezwłocznie po wysłaniu zamówienia do Sprzedającego.
6. Klient składający zamówienie za pośrednictwem poczty elektronicznej, przesyła je na adres e-mail podany przez Usługodawcę w Sklepie Internetowym. Klient w wiadomości przesyłanej do Usługodawcy podaje w szczególności: nazwę Towaru, kolor oraz liczbę sztuk spośród Towarów prezentowanych w Sklepie Internetowym, jak również czy chce skorzystać z Usługi dodatkowej oraz swoje dane teleadresowe.
7. Po otrzymaniu od Klienta drogą elektroniczną wiadomości, o której mowa w § 4 ust. 6 Regulaminu, Usługodawca przesyła Klientowi zwrótną wiadomość za pośrednictwem poczty elektronicznej, potwierdzając dane Sprzedawcy, cenę wybranych Towarów, możliwe formy płatności oraz sposób Dostawy wraz z jego kosztem i kosztem Usługi dodatkowej, jeśli została wybrana przez Klienta, jak też informacje o wszystkich dodatkowych płatnościach, jakie Klient miałby ponieść z tytułu Umowy sprzedaży. Wiadomość zawiera także informację dla Klienta, że zawarcie przez niego Umowy sprzedaży za pośrednictwem poczty elektronicznej pociąga za sobą obowiązek zapłaty za zamówiony Towar. Na podstawie podanych przez Usługodawcę informacji Klient może złożyć zamówienie przysyłając wiadomość elektroniczną do Usługodawcy i wskazując wybraną formę płatności oraz sposób Dostawy.
8. Złożenie zamówienia stanowi złożenie Sprzedawcy przez Klienta oferty zawarcia Umowy sprzedaży Towarów, będących przedmiotem zamówienia.
9. Po złożeniu zamówienia Sprzedawca przesyła na podany przez Klienta adres poczty elektronicznej potwierdzenie otrzymania zamówienia, które to potwierdzenie nie stanowi jeszcze przyjęcia oferty Klienta i nie dochodzi w związku z nim do zawarcia Umowy sprzedaży. Dopiero po weryfikacji możliwości zrealizowania zamówienia, Sprzedawca przesyła na podany przez

Klienta adres poczty elektronicznej dodatkowe potwierdzenie przyjęcia zamówienia, które jest oświadczeniem Sprzedawcy o przyjęciu oferty, o której mowa w § 4 ust. 8 Regulaminu i z chwilą jego otrzymania przez Klienta zostaje zawarta Umowa sprzedaży.

10. Po zawarciu Umowy sprzedaży Sprzedawca potwierdza Klientowi jej warunki, przysyłając rachunek imienny/fakturę w wersji elektronicznej (dokument PDF) na adres poczty elektronicznej Klienta lub pisemnie na wskazany przez Klienta podczas Rejestracji lub składania zamówienia adres dostawy.

11. Po zawarciu Umowy sprzedaży, Sprzedawca może skontaktować się z Klientem na podany numer telefonu w celu zbadania poziomu satysfakcji Klienta z przeprowadzonej transakcji w Sklepie Internetowym.

12. Jeżeli w ramach jednolitej gospodarczo transakcji o wartości przekraczającej kwotę 15 000 zł Klient dokona zakupu jako Przedsiębiorca będący podatnikiem VAT, w tym Przedsiębiorca Indywidualny będący podatnikiem VAT, co najmniej jednego z towarów w poz. 59-66 załącznika nr 15 do ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, tj.:

- a) 59 ex 26.11.30.0 Elektroniczne układy scalone – wyłącznie procesory;
 - b) 60 26.20.1 Komputery i pozostałe maszyny do automatycznego przetwarzania danych;
 - c) 61 ex 26.20.21.0 Jednostki pamięci - wyłącznie dyski twarde (HDD);
 - d) 62 ex 26.20.22.0 Półprzewodnikowe urządzenia pamięci trwałej - wyłącznie dyski SSD;
 - e) 63 ex 26.30.22.0 Telefony dla sieci komórkowych lub dla innych sieci bezprzewodowych - wyłącznie telefony komórkowe, w tym smartfony;
 - f) 64 26.40.20.0 Odbiorniki telewizyjne, nawet zawierające odbiorniki radiowe lub aparaturę do zapisu lub odtwarzania dźwięku lub obrazu;
 - g) 65 ex 26.40.60.0 Konsole do gier wideo (w rodzaju stosowanych z odbiornikiem telewizyjnym lub samodzielnym ekranem) i pozostałe urządzenia do gier zręcznościowych lub hazardowych z elektronicznym wyświetlaczem - z wyłączeniem części i akcesoriów;
 - h) 66 26.70.13.0 Aparaty fotograficzne cyfrowe i kamery cyfrowe;
- wówczas transakcja taka będzie podlegała szczególnemu rozliczeniu w obszarze podatku od towarów i usług (tzw. mechanizm podzielonej płatności). W takim przypadku Klient zostanie powiadomiony przez system Sklepu Internetowego lub Sprzedającego o zasadach rozliczenia transakcji i dalszych krokach.

13. W uzasadnionych przypadkach, zwłaszcza w przypadku wysokiej ceny Towaru, Sprzedawca może zastosować szczególny tryb składania zamówienia, w którym Klient zobowiązany będzie do zapłacenia zaliczki warunkującej złożenie zamówienia. O konieczności uiszczenia zaliczki Klient zostanie poinformowany w trakcie składania zamówienia lub niezwłocznie po jego wysłaniu do Sprzedającego. Usługodawca wraz z potwierdzeniem przyjęcia zamówienia umożliwi Klientowi opłacenie pozostałej części ceny w sposób opisany w Regulaminie.

§ 5 Płatności

1. Ceny w Sklepie Internetowym zamieszczone przy danym Towarze stanowią ceny brutto, wyrażone w złotych polskich (PLN) i mają wliczoną opłatę KGO oraz podatek VAT 23%. Towary

dostępne są w cenach regularnych, będących zwykłą ceną, którą płaci Klient, jeżeli towar nie jest objęty rabatem, promocją, upustem, itp. Cena promocyjna to cena, którą ostatecznie płaci Klient przy zachowaniu korzyści przyznanych przez Sprzedawcę, wynikających np. z rabatu, promocji, upustu, itp. Ceny tych samych Towarów na Stronie Internetowej Sklepu oraz w Sklepach Stacjonarnych mogą być różne. Podane ceny nie zawierają informacji o kosztach Dostawy i wszelkich innych kosztach, które Klient będzie zobowiązany ponieść w związku z Umową sprzedaży, o których Klient będzie poinformowany przy wyborze sposobu Dostawy i składaniu zamówienia.

2. Klient może wybrać następujące formy płatności za zamówienie:

- a) zwykłym (tradycyjnym) przelewem bankowym;
- b) kartą płatniczą lub przelewem bankowym poprzez zewnętrzny system płatności;
- c) gotówką za pobraniem;
- d) gotówką lub kartą płatniczą przy odbiorze osobistym

3. Dostępne formy płatności dla danej transakcji prezentowane są w procesie zakupowym, tj. w koszyku. Lista dostępnych form płatności zależy od zawartości koszyka i może ulec zmianie.

4. Klient powinien dokonać płatności za zamówienie w wysokości wynikającej z zawartej Umowy sprzedaży w terminie:

- a) do 5 dni roboczych, jeżeli wybrał formę przedpłaty zwykłym (tradycyjnym) przelewem bankowym;
- b) do 3 dni roboczych, jeżeli wybrał formę przedpłaty kartą płatniczą lub przelewem bankowym poprzez zewnętrzny system szybkich płatności.
- c) w chwili dostawy towaru, kurierowi/przewoźnikowi/dostawcy, jeżeli wybrał formę płatności za pobraniem

5. W wypadku niewywiązania się przez Klienta z płatności w terminie, o którym mowa w § 5 ust. 4 Regulaminu, Sprzedawca ma prawo odstąpić od Umowy sprzedaży. Po bezskutecznym upływie terminu na dokonanie płatności, Sprzedawca prześle Klientowi fakturę korygującą do wystawionego dokumentu sprzedaży.

6. W przypadku wybrania przez Klienta płatności w systemie ratalnym sprzedawca może anulować zamówienie w przypadku nie zawarcia przez Klienta umowy kredytowej (na skutek niedokończenia procedury kredytowej bądź braku pozytywnej decyzji wydanej przez bank, do którego wpłynął wniosek), co uniemożliwia dalsze procedowanie zamówienia.

7. Klientowi do czasu odbioru Towaru przysługuje umowne prawo odstąpienia od umowy zgodnie z art. 395 Kodeksu cywilnego. Prawo to Klient może wykonać składając oświadczenie Sprzedawcy, w szczególności poprzez użycie przykładowego wzoru formularza dostępnego na stronie internetowej www.mediasmart.pl

Powyższe umowne prawo odstąpienia jest odrębne od uprawnień Konsumenta wynikających z przepisów prawa, a więc nie narusza ani nie ogranicza prawa odstąpienia od umowy w terminie 14 dni na podstawie ustawy o prawach konsumenta opisanego w § 9 Regulaminu.

§ 6 Dostawa

1. Sprzedawca realizuje Dostawę wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w tym za pośrednictwem Sklepów Stacjonarnych.
2. Sprzedawca zamieszcza w Sklepie Internetowym informację o liczbie dni roboczych potrzebnych do Dostawy i realizacji zamówienia.
3. W przypadku wybrania przez Klienta Dostawy innej niż odbiór w Sklepie Stacjonarnym lub automatu paczkowego, Zamówione Towary są dostarczane do Klienta. Sposób Dostawy oraz jej warunki mogą się różnić w zależności od wagi zamówionego Towaru, o czym Klient każdorazowo informowany jest w trakcie składania zamówienia lub przed ostatecznym potwierdzeniem przyjęcia zamówienia.
4. W przypadku wyboru urządzenia paczkowego jako formy Dostawy, adresem Dostawy będzie adres paczkomatu wybranego przez Klienta w momencie składania zamówienia.
5. Jeśli przesyłka doznała ubytku lub uszkodzenia (np. opakowanie jest rozerwane, uszkodzone lub mocno poobijane) Klient powinien odmówić odbioru przesyłki. Klient, który zdecyduje się na własne ryzyko odebrać przesyłkę powinien bezwzględnie sporządzić przy udziale pracownika Dostawcy na piśmie protokół szkody oraz potwierdzić ten fakt zdjęciami lub materiałem video (zawsze jeżeli zostanie stwierdzone uszkodzenie, niekompletność lub ubytek zamawianego towaru). Protokół szkody można również zgłosić w inny sposób szczegółowo opisany na stronie internetowej konkretnego przewoźnika realizującego dostawę Towaru.
6. W przypadku wybrania przez Klienta Dostawy innej niż odbiór w Sklepie Stacjonarnym, Sprzedawca, zgodnie z wolą Klienta, dołącza do przesyłki będącej przedmiotem Dostawy rachunek imienny/fakturę VAT albo przesyła przy pomocy poczty elektronicznej na adres podany przez Klienta podczas składania zamówienia rachunek imienny/fakturę VAT obejmującą dostarczane Towary. Rachunek imienny/Faktura VAT dostarczany(-a) jest przy pomocy poczty elektronicznej w formie pliku elektronicznego w formacie PDF. W celu otwarcia pliku Klient może skorzystać z bezpłatnego i łatwo dostępnego oprogramowania kompatybilnego z formatem PDF.
7. Jeśli Klient skorzysta z możliwości odbioru osobistego zamówionego Towaru, może tego dokonać w wybranym podczas składania zamówienia Sklepie Stacjonarnym w godzinach otwarcia wskazanych pod adresem www.mediasmart.pl

Termin odbioru Towaru zostanie potwierdzony przez Sprzedawcę za pośrednictwem poczty elektronicznej lub telefonicznie. W przypadku nieodebrania Towaru w Sklepie Stacjonarnym:

- a) który nie został wcześniej opłacony, w ciągu 2 dni od terminu potwierdzonego przez Sprzedawcę zgodnie z powyższym,
- b) który został wcześniej opłacony, w ciągu 5 dni od terminu potwierdzonego przez Sprzedawcę zgodnie z powyższym

Sprzedawca zastrzega sobie prawo do anulowania zamówienia (tj. odstąpienia od Umowy sprzedaży w rozumieniu art. 395 Kodeksu cywilnego).

8. Jeśli Klient skorzysta z możliwości dostawy do automatu paczkowego, ma 48 h na odbiór Towaru od momentu potwierdzenia przez Sprzedawcę lub wybranego Przewoźnika możliwości odbioru. W przypadku nieodebrania przez Klienta Towaru w terminie, Sprzedawca zastrzega sobie

prawo do anulowania zamówienia (tj. odstąpienia od Umowy sprzedaży w rozumieniu art. 395 Kodeksu cywilnego).

9. Odbiór opłaconego Towaru wymaga podania przez Klienta kodu odbioru. Sprzedawca lub Przewoźnik przekazuje kod odbioru w wiadomości potwierdzającej możliwość odbioru Towaru (na wskazany przez Klienta adres e-mail i/lub nr telefonu kontaktowego).

10. W przypadku Dostawy z odbiorem osobistym w Sklepie Stacjonarnym rodzaj dowodu zakupu wystawionego przez Sprzedawcę zależy od wybranej przez Klienta opcji płatności. W przypadku przedpłaty Sprzedawca ma prawo zażądać potwierdzenia tożsamości odbierającego za pomocą dowodu osobistego lub innego urzędowego dokumentu.

11. Po dokonaniu Dostawy zakupionego Towaru Sprzedawca w ramach realizacji umowy z Klientem może przesłać Klientowi na adres poczty elektronicznej zaproszenie do wypełnienia ankiety w celu zbadania jego opinii o przeprowadzonej transakcji. Klient jest uprawniony, jednak nie zobowiązany do jej wypełnienia.

§ 7 Reklamacje

Odpowiedzialność Sprzedawcy za brak zgodności Towaru z Umową sprzedaży

Konsumenci

1. Sprzedawca ponosi wobec Konsumenta odpowiedzialność za brak zgodności Towaru z Umową sprzedaży istniejący w chwili jego dostarczenia i ujawniony w ciągu dwóch lat od tej chwili, chyba że termin przydatności Towaru do użycia, określony przez Sprzedawcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w ich imieniu, jest dłuższy.

2. W odniesieniu do Towarów z elementami cyfrowymi Sprzedawca ponosi wobec Konsumenta odpowiedzialność za brak zgodności z umową treści cyfrowej lub usługi cyfrowej dostarczanych w sposób ciągły, który wystąpił lub ujawnił się w czasie, w którym zgodnie z Umową miały być dostarczane. Czas ten nie może być krótszy niż dwa lata od chwili dostarczenia Towaru z elementami cyfrowymi.

3. Towar jest zgodny z Umową sprzedaży, jeżeli zgodne z Umową sprzedaży pozostają w szczególności jego:

- a) opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność i funkcjonalność, a w odniesieniu do Towarów z elementami cyfrowymi – również kompatybilność, interoperacyjność i dostępność aktualizacji;
- b) przydatność do szczególnego celu, do którego jest potrzebny Konsumentowi, o którym Konsument powiadomił Sprzedawcę najpóźniej w chwili zawarcia Umowy sprzedaży i który Sprzedawca zaakceptował.

4. Ponadto Towar, aby został uznany za zgodny z Umową sprzedaży, musi:

- a) nadawać się do celów, do których zazwyczaj używa się Towaru tego rodzaju, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, norm technicznych lub dobrych praktyk;
- b) występować w takiej ilości i mieć takie cechy, w tym trwałość i bezpieczeństwo, a w odniesieniu do Towarów z elementami cyfrowymi - również funkcjonalność i kompatybilność, jakie są typowe dla Towaru tego rodzaju i których Konsument może rozsądnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter Towaru oraz publiczne zapewnienie złożone przez Sprzedawcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w ich imieniu, w szczególności w reklamie lub na etykiecie, chyba

że Sprzedawca wykaże, że:

- nie wiedział o danym publicznym zapewnieniu i oceniając rozsądnie, nie mógł o nim wiedzieć,
- przed zawarciem Umowy sprzedaży publiczne zapewnienie zostało sprostowane z zachowaniem warunków i formy, w jakich publiczne zapewnienie zostało złożone, lub w porównywalny sposób,
- publiczne zapewnienie nie miało wpływu na decyzję Konsumenta o zawarciu Umowy sprzedaży;

c) być dostarczany z opakowaniem, akcesoriami i instrukcjami, których dostarczenia Konsument może rozsądnie oczekiwać;

d) być takiej samej jakości jak próbka lub wzór, które Sprzedawca udostępnił Konsumentowi przed zawarciem umowy, i odpowiadać opisowi takiej próbki lub takiego wzoru.

5. Do Towarów z elementami cyfrowymi postanowienia § 7 ust. 33 i 34 oraz 40 stosuje się odpowiednio.

6. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za brak zgodności Towaru z Umową sprzedaży w zakresie, o którym mowa w ust. 4 i 5 powyżej, jeżeli Konsument, najpóźniej w chwili zawarcia Umowy sprzedaży, został wyraźnie poinformowany, że konkretna cecha Towaru odbiega od wymogów zgodności z Umową określonych w ust. 4 i 5 powyżej, oraz wyraźnie i odrębnie zaakceptował brak konkretnej cechy Towaru.

7. Sprzedawca ponosi odpowiedzialność za brak zgodności Towaru z Umową sprzedaży wynikający z niewłaściwego zamontowania Towaru, jeżeli:

- a) zostało ono przeprowadzone przez Sprzedawcę lub na jego odpowiedzialność;
- b) niewłaściwe zamontowanie przeprowadzone przez Konsumenta wynikało z błędów w instrukcji dostarczonej przez Sprzedawcę lub osobę trzecią (w przypadku Towaru z elementami cyfrowymi).

8. Jeżeli Towar jest niezgodny z Umową sprzedaży, Konsument może żądać jego naprawy bądź wymiany.

9. Sprzedawca może dokonać wymiany, gdy Konsument żąda naprawy, lub Sprzedawca może dokonać naprawy, gdy Konsument żąda wymiany, jeżeli doprowadzenie do zgodności Towaru z Umową sprzedaży w sposób wybrany przez Konsumenta jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów dla Sprzedawcy. Jeżeli niemożliwość lub nadmierność kosztów dotyczą zarówno naprawy, jak i wymiany, Sprzedawca może odmówić doprowadzenia Towaru do zgodności z Umową. W takim przypadku Konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od Umowy, o których mowa w § 7 ust. 13 Regulaminu. Przy ocenie nadmierności kosztów dla Sprzedawcy uwzględnia się wszelkie okoliczności sprawy, w szczególności znaczenie braku zgodności Towaru z umową sprzedaży, wartość Towaru zgodnego z Umową sprzedaży oraz nadmierne niedogodności dla Konsumenta powstałe wskutek zmiany sposobu doprowadzenia Towaru do zgodności z Umową sprzedaży.

10. Sprzedawca dokonuje naprawy lub wymiany Towaru w rozsądnym czasie od chwili, w której Sprzedawca został poinformowany przez Konsumenta o braku zgodności Towaru z Umową sprzedaży.

11. Koszty napraw lub wymiany Towaru ponosi Sprzedawca. Konsument jest obowiązany udostępnić Sprzedawcy reklamowany Towar podlegający naprawie lub wymianie w celu jego odebrania, które odbywa się na koszt Sprzedawcy.

12. Jeżeli Towar został zamontowany przed ujawnieniem się braku zgodności Towaru z Umową sprzedaży, Sprzedawca demontuje Towar oraz montuje go ponownie po dokonaniu naprawy lub wymiany albo zleca wykonanie tych czynności na swój koszt.

13. Konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od umowy, jeżeli Towar jest niezgodny z Umową sprzedaży, gdy:

a) Sprzedawca odmówił doprowadzenia Towaru do zgodności z Umową sprzedaży;

b) Sprzedawca nie doprowadził Towaru do zgodności z Umową sprzedaży;

c) brak zgodności Towaru z umową występuje nadal, pomimo że Sprzedawca próbował doprowadzić Towar do zgodności z Umową sprzedaży;

d) brak zgodności Towaru z umową jest na tyle istotny, że uzasadnia natychmiastowe obniżenie ceny albo odstąpienie od Umowy sprzedaży;

e) z oświadczenia Sprzedawcy lub okoliczności wyraźnie wynika, że nie doprowadzi on Towaru do zgodności z umową w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności dla Konsumenta.

14. Obniżona cena musi pozostawać w takiej proporcji do ceny wynikającej z Umowy sprzedaży, w jakiej wartość Towaru niezgodnego z Umową sprzedaży pozostaje do wartości Towaru zgodnego z Umową sprzedaży. Zwrot należności powstałej wskutek skorzystania z prawa obniżenia ceny następuje nie później niż w terminie 14 dni o dnia otrzymania oświadczenia Konsumenta o obniżeniu ceny.

15. Sprzedawca może nie przyjąć oświadczenia Konsumenta o odstąpieniu od Umowy sprzedaży, jeśli wykáže, że brak zgodności Towaru z Umową sprzedaży jest nieistotny.

16. W razie odstąpienia od Umowy sprzedaży Konsument niezwłocznie zwraca Towar Sprzedawcy na jego koszt. Sprzedawca zwraca cenę nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania Towaru.

17. Wszelkie reklamacje związane z Towarem lub realizacją Umowy sprzedaży Konsument może składać w dowolnej formie. Preferujemy formę pisemną, gdzie pismo reklamacyjne może być wysłane na adres Sprzedawcy lub do dowolnego Sklepu Stacjonarnego, których adresy dostępne są na Stronie Internetowej Sprzedającego jak również w formie elektronicznej za pośrednictwem formularza zamieszczonego na Stronie Internetowej www.mediasmart.pl

Konsument ma możliwość przesłania dokumentacji fotograficznej reklamowanego Towaru na adres poczty elektronicznej Sprzedawcy.

18. Sprzedawca ustosunkuje się do reklamacji w ciągu 14 dni od dnia jej przesłania. Sprzedawca może odrzucić reklamację jeżeli Klient odmówi Sprzedawcy możliwości niezwłocznego odbioru towaru. Odbiór reklamowanego towaru następuje na koszt Sprzedającego za pośrednictwem przewoźnika (kuriera) ze wskazanego przez Klienta adresu w dniach roboczych, zwykle w godzinach 9.00-15.00

19. Konsument może skorzystać z pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich. Podmiotem uprawnionym, właściwym dla Usługodawcy jest Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Rzeszowie, ul. 8-go Marca 5, 35-959 Rzeszów, tel. (17) 862 14 53, (17) 862 14 54, sekretariat@wiih.rzeszow.pl

Przedsiębiorcy Indywidualni

20. Sprzedawca zapewnia Dostawę Towaru pozbawionego wad. Sprzedawca jest odpowiedzialny względem Przedsiębiorcy, jeżeli Towar ma wadę (rękojmia). W przypadku natomiast Towarów używanych, niepełnowartościowych (np. pochodzących z ekspozycji lub zwrotu), Sprzedawca każdorazowo informuje Przedsiębiorcę w szczególności o ewentualnych widocznych śladach używania. Mając powyższe na uwadze, każdy Towar, zarówno nowy, używany jak i pochodzący z ekspozycji lub zwrotu, prezentowany przez Sprzedawcę jest odpowiednio opisany.

21. Sprzedawca odpowiada z tytułu rękojmi, jeżeli wada fizyczna zostanie stwierdzona przed upływem dwóch lat od wydania Towaru. Roszczenie o usunięcie wady lub wymianę Towaru na wolny od wad przedawnia się z upływem roku, licząc od dnia stwierdzenia wady.

22. Jeżeli Towar ma wadę, Przedsiębiorca może:

a) złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od Umowy sprzedaży, chyba że Sprzedawca niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla Przedsiębiorcy wymieni Towar wadliwy na wolny od wad albo wadę usunie. Ograniczenie to nie ma zastosowania, jeżeli Towar był już wymieniony lub naprawiany przez Sprzedawcę albo Sprzedawca nie uczynił zadość obowiązkowi wymiany Towaru na wolny od wad lub usunięcia wad. Przedsiębiorca może zamiast zaproponowanego przez Sprzedawcę usunięcia wady żądać wymiany Towaru na wolny od wad albo zamiast wymiany Towaru żądać usunięcia wady, chyba że doprowadzenie rzeczy do zgodności z umową w sposób wybrany przez Przedsiębiorcę jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów w porównaniu ze sposobem proponowanym przez Sprzedawcę. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość Towaru wolnego od wad, rodzaj i znaczenie stwierdzonej wady, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie narażałby Przedsiębiorcę inny sposób zaspokojenia.

b) żądać wymiany Towaru wadliwego na wolny od wad albo usunięcia wady. Sprzedawca jest obowiązany wymienić Towar wadliwy na wolny od wad lub usunąć wadę w rozsądnym czasie bez nadmiernych niedogodności dla Przedsiębiorcy. Sprzedawca może odmówić zadośćuczynienia żądaniu Przedsiębiorcy, jeżeli doprowadzenie do zgodności z Umową sprzedaży Towaru wadliwego w sposób wybrany przez Przedsiębiorcę jest niemożliwe lub w porównaniu z drugim możliwym sposobem doprowadzenia do zgodności z Umową sprzedaży wymagałoby nadmiernych kosztów. Sprzedawca może odmówić wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady także wtedy, gdy koszty zadośćuczynienia temu obowiązkowi przewyższają cenę rzeczy sprzedanej.

23. Wszelkie reklamacje związane z Towarem lub realizacją Umowy sprzedaży, Przedsiębiorca może składać w dowolnej formie. Preferujemy formę pisemną, gdzie pismo reklamacyjne może być wysłane na adres Sprzedawcy lub do dowolnego Sklepu Stacjonarnego, których adresy dostępne są na Stronie Internetowej Sprzedającego, jak również w formie elektronicznej wysyłając wypełniony formularz reklamacji na adres e-mail: biuro@mediasmart.pl

Przedsiębiorca ma możliwość przesłania dokumentacji fotograficznej reklamowanego Towaru na adres poczty elektronicznej Sprzedawcy.

24. Sprzedawca ustosunkuje się do reklamacji w ciągu 14 dni od dnia jej przesłania.

25. Odpowiedzialność Sprzedawcy z tytułu rękojmi zostaje wyłączona w stosunku do towarów i usług zakupionych przez Przedsiębiorców Profesjonalistów.

Odpowiedzialność Sprzedawcy za brak zgodności treści cyfrowej z umową

25. Sprzedawca dostarcza Konsumentowi Treść cyfrową dostarczaną na niematerialnym nośniku niezwłocznie po zawarciu umowy, chyba że strony postanowiły inaczej.

26. Treść cyfrową dostarczaną na niematerialnym nośniku uważa się za dostarczoną w chwili, gdy Treść cyfrowa lub środek, który pozwala na uzyskanie dostępu do Treści cyfrowej lub pobranie Treści cyfrowej, zostały udostępnione Konsumentowi lub fizycznemu lub wirtualnemu urządzeniu, które Konsument wybrał samodzielnie w tym celu, lub gdy konsument lub takie urządzenie, uzyskali do niej dostęp.

27. Jeżeli Sprzedawca nie dostarczył Treści cyfrowej dostarczanej na niematerialnym nośniku, Konsument wzywa go do ich dostarczenia. Jeżeli Sprzedawca nie dostarczy Treści cyfrowej niezwłocznie lub w dodatkowym, wyraźnie uzgodnionym przez strony terminie, Konsument może odstąpić od Umowy sprzedaży.

28. Konsument może odstąpić od Umowy sprzedaży bez wzywania do dostarczenia Treści cyfrowej dostarczanej na niematerialnym nośniku, jeżeli:

a) z oświadczenia Sprzedawcy lub okoliczności wyraźnie wynika, że nie dostarczy Treści cyfrowej lub

b) Konsument i Sprzedawca uzgodnili lub z okoliczności zawarcia Umowy sprzedaży wyraźnie wynika, że określony termin dostarczenia Treści cyfrowej miał istotne znaczenie dla Konsumenta, a Sprzedawca nie dostarczył ich w tym terminie.

29. Ciężar dowodu dostarczenia Treści cyfrowej dostarczanej na niematerialnym spoczywa na Sprzedawcy.

30. W razie odstąpienia przez Konsumenta od umowy, postanowienia ust. 48-51 Regulaminu stosuje się odpowiednio.

31. Treść cyfrowa jest zgodna z Umową sprzedaży, jeżeli zgodne z Umową sprzedaży pozostają w szczególności jej:

a) opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność, funkcjonalność, kompatybilność, interoperacyjność oraz dostępność wsparcia technicznego i aktualizacji;

b) przydatność do szczególnego celu, do którego są potrzebne Konsumentowi, o którym Konsument powiadomił przedsiębiorcę najpóźniej w chwili zawarcia umowy i który Sprzedawca zaakceptował.

32. Ponadto, Treść cyfrowa, aby mogła zostać uznana za zgodną z Umową sprzedaży, musi:

a) nadawać się do celów, w których zazwyczaj korzysta się z treści cyfrowej tego rodzaju, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, norm technicznych lub dobrych praktyk;

b) występować w takiej ilości i mieć takie cechy, w tym funkcjonalność, kompatybilność, dostępność, ciągłość i bezpieczeństwo, jakie są typowe dla treści cyfrowej tego rodzaju i których Konsument może rozsądnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter treści cyfrowej oraz publiczne zapewnienia złożone przez Sprzedawcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w jego imieniu, w szczególności w reklamie lub na etykiecie, chyba że Sprzedawca wykaże, że:

- nie wiedział o danym publicznym zapewnieniu i oceniając rozsądnie, nie mógł o nim wiedzieć,
- przed zawarciem umowy publiczne zapewnienie zostało sprostowane z zachowaniem warunków

i formy, w jakich publiczne zapewnienie zostało złożone, lub w porównywalny sposób,

- publiczne zapewnienie nie miało wpływu na decyzję Konsumenta o zawarciu umowy;

c) być dostarczana z akcesoriami i instrukcjami, których dostarczenia Konsument może rozsądnie oczekiwać;

d) zasadnie oczekiwany przez Konsumenta, uwzględniając rodzaj treści cyfrowej i cel, w jakim są wykorzystywane, oraz okoliczności i charakter umowy, jeżeli Umowy sprzedaży przewiduje dostarczanie Treści cyfrowej jednorazowo lub częściami.

33. Konsument jest informowany o aktualizacjach, w tym dotyczących zabezpieczeń, niezbędnych do zachowania zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży oraz otrzymuje je przez czas:

a) dostarczania Treści cyfrowej określony w umowie, na podstawie której dostarczanie następuje w sposób ciągły, lub

b) zasadnie oczekiwany przez Konsumenta, uwzględniając rodzaj treści cyfrowej i cel, w jakim są wykorzystywane, oraz okoliczności i charakter umowy, jeżeli Umowy sprzedaży przewiduje dostarczanie Treści cyfrowej jednorazowo lub częściami.

34. Jeżeli Konsument nie zainstaluje w rozsądnym czasie aktualizacji zgodnie z ust. 33 powyżej, Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży wynikający wyłącznie z braku aktualizacji, jeżeli:

a) Konsument został poinformowany o aktualizacji i konsekwencjach jej niezainstalowania;

b) niezainstalowanie lub niewłaściwa instalacja aktualizacji nie wynikały z błędów w instrukcji instalacji dostarczonej przez Sprzedawcę.

35. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży w zakresie, o którym mowa w ust. 32 lub 33, jeżeli Konsument, najpóźniej w chwili zawarcia Umowy sprzedaży został wyraźnie poinformowany, że konkretna cecha Treści cyfrowej odbiega od wymogów zgodności z Umową sprzedaży określonych w ust. 32 lub 33, oraz wyraźnie i odrębnie zaakceptował brak konkretnej cechy Treści cyfrowej.

36. Treść cyfrową Sprzedawca dostarcza w wersji, o której Konsument jest informowany przed zawarciem Umowy sprzedaży.

37. § 7 ust. 7 Regulaminu stosuje się odpowiednio do integracji Treści cyfrowej, tzn. połączenia Treści cyfrowej z elementami środowiska cyfrowego Konsumenta i włączenie ich do tych elementów w celu zapewnienia zgodności z Umową sprzedaży.

38. Sprzedawca ponosi wobec Konsumenta odpowiedzialność za brak zgodności z Umową sprzedaży Treści cyfrowej dostarczanych jednorazowo lub w częściach, który istniał w chwili ich dostarczenia i ujawnił się w ciągu dwóch lat od tej chwili. Domniemywa się, że brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży, który ujawnił się przed upływem roku od chwili dostarczenia Treści cyfrowej, istniał w chwili ich dostarczenia. Sprzedawca nie może powoływać się na upływ terminu do stwierdzenia braku zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży, jeżeli brak ten podstępnie zataił.

39. Sprzedawca ponosi wobec Konsumenta odpowiedzialność za brak zgodności z Umową sprzedaży Treści cyfrowej dostarczanej w sposób ciągły, który wystąpił lub ujawnił się w czasie,

w którym zgodnie z Umową sprzedaży miały być dostarczane. Domniemywa się, że brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży wystąpił w tym czasie, jeżeli w tym czasie się ujawnił.

40. Sprzedawca ponosi wobec Konsumenta odpowiedzialność za brak zgodności z umową Treści cyfrowej w zakresie uregulowanym w ust. 33 Regulaminu, który wystąpił w czasie określonym w tym punkcie.

41. Domniemania określone w ust. 38 i 39 nie mają zastosowania, jeżeli:

a) środowisko cyfrowe Konsumenta nie jest kompatybilne z wymaganiami technicznymi, o których Sprzedawca poinformował go w sposób jasny i zrozumiały przed zawarciem Umowy sprzedaży;

b) Konsument, poinformowany w jasny i zrozumiały sposób przed zawarciem Umowy sprzedaży o obowiązku współpracy ze Sprzedawcą, w rozsądnym zakresie i przy zastosowaniu najmniej uciążliwych dla siebie środków technicznych, w celu ustalenia, czy brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży w odpowiednim czasie wynika z cech środowiska cyfrowego Konsumenta, nie wykonuje tego obowiązku.

42. Jeżeli Treść cyfrowa jest niezgodna z Umową sprzedaży, Konsument może żądać doprowadzenia do jej zgodności z Umową sprzedaży. Sprzedawca może odmówić doprowadzenia Treści cyfrowej do zgodności z Umową sprzedaży, jeżeli doprowadzenie do zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów dla Sprzedawcy. Przy ocenie nadmierności kosztów dla Sprzedawcy uwzględnia się wszelkie okoliczności sprawy, w szczególności znaczenie braku zgodności Treści cyfrowej z umową oraz wartość Treści cyfrowej zgodnych z Umową sprzedaży.

43. Sprzedawca doprowadza Treść cyfrową do zgodności z Umową sprzedaży w rozsądnym czasie od chwili, w której Sprzedawca został poinformowany przez Konsumenta o braku zgodności z Umową sprzedaży, i bez nadmiernych niedogodności dla Konsumenta, uwzględniając ich charakter oraz cel, w jakim są wykorzystywane. Koszty doprowadzenia Treści cyfrowej do zgodności z Umową sprzedaży ponosi Sprzedawca.

44. Jeżeli Treść cyfrowa jest niezgodna z Umową sprzedaży, Konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od umowy, gdy:

a) doprowadzenie do zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży jest niemożliwe albo wymaga nadmiernych kosztów;

b) Sprzedawca nie doprowadził Treści cyfrowej do zgodności z Umową sprzedaży;

c) brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży występuje nadal, mimo że Sprzedawca próbował doprowadzić Treść cyfrową do zgodności z Umową sprzedaży;

d) brak zgodności Treści cyfrowej z Umową sprzedaży jest na tyle istotny, że uzasadnia obniżenie ceny albo odstąpienie od Umową sprzedaży bez uprzedniego skorzystania ze środka ochrony określonego w § 7 ust. 42 i 43 Regulaminu;

e) z oświadczenia Sprzedawcy lub okoliczności wyraźnie wynika, że nie doprowadzi on Treści cyfrowej do zgodności z Umową sprzedaży w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności dla Konsumenta.

45. Obniżona cena musi pozostawać w takiej proporcji do ceny wynikającej z Umowy sprzedaży, w jakiej wartość Treści cyfrowej niezgodnej z Umową sprzedaży pozostaje do wartości Treści

cyfrowej zgodnej z Umową sprzedaży. Jeżeli Umowa sprzedaży stanowi, że Treść cyfrowa jest dostarczana w częściach lub w sposób ciągły, przy obniżeniu ceny należy uwzględnić czas, w którym Treść cyfrowa pozostawała niezgodna z Umową sprzedaży.

46. Sprzedawca może nie przyjąć oświadczenia Konsumenta o odstąpieniu od Umowy sprzedaży, jeśli wykaże, że brak zgodności Treści cyfrowej dostarczanej w zamian za zapłatę ceny z Umową sprzedaży jest nieistotny.

47. Umowy sprzedaży Treści cyfrowych zawierane przez Sprzedawcę nie obejmują działań Konsumenta polegających na dostarczanie Sprzedawcy lub wytwarzanie przez Konsumenta innych treści.

48. Sprzedawca może żądać zwrotu nośnika materialnego, na którym dostarczył Treść cyfrową, w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia Konsumenta o odstąpieniu od Umowy sprzedaży. Konsument zwraca nośnik niezwłocznie i na koszt Sprzedawcy.

49. Sprzedawca nie jest uprawniony do żądania zapłaty za czas, w którym Treść cyfrowa była niezgodna z Umową sprzedaży, nawet jeżeli przed odstąpieniem od umowy Konsument z nich faktycznie korzystał.

50. Sprzedawca jest zobowiązany do zwrotu ceny jedynie w części odpowiadającej Treści cyfrowej niezgodnej z Umową sprzedaży oraz Treści cyfrowej, której obowiązek dostarczenia odpadł wskutek odstąpienia od Umowy sprzedaży.

51. Sprzedawca ma obowiązek dokonać zwrotu Konsumentowi ceny należnej wskutek skorzystania z prawa odstąpienia od Umowy sprzedaży lub obniżenia ceny niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia Konsumenta o odstąpieniu od Umowy sprzedaży lub obniżeniu ceny. Sprzedawca dokonuje zwrotu ceny przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył Konsument, chyba że Konsument wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.

52. Sprzedawca może dokonać zmiany Treści cyfrowej, która nie jest niezbędna do zachowania jej zgodności z Umową sprzedaży, tylko jeżeli Umowa sprzedaży tak stanowi i jedynie z uzasadnionych przyczyn wskazanych w Umowie sprzedaży. Sprzedawca nie może jednak dokonać zmiany Treści cyfrowej dostarczanej w sposób jednorazowy. Wprowadzenie zmiany, nie może wiązać się z jakimikolwiek kosztami po stronie Konsumenta. Sprzedawca ma obowiązek poinformować Konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o dokonywanej zmianie.

53. Jeżeli zmiana, o której mowa w § 7 ust. 52 Regulaminu, istotnie i negatywnie wpływa na dostęp Konsumenta do Treści cyfrowej lub korzystanie z niej, Sprzedawca jest zobowiązany poinformować Konsumenta z odpowiednim wyprzedzeniem na trwałym nośniku o właściwościach i terminie dokonania tej zmiany oraz prawie, o którym mowa w § 7 ust. 52 Regulaminu. W tym przypadku Konsument może wypowiedzieć Umowę sprzedaży bez zachowania terminu wypowiedzenia w ciągu 30 dni od dnia dokonania zmiany lub poinformowania o tej zmianie, jeżeli poinformowanie nastąpiło później niż ta zmiana. Postanowienia § 7 ust. 48-52 Regulaminu stosuje się odpowiednio. Konsument nie może wypowiedzieć Umowy sprzedaży, jeżeli Sprzedawca zapewnił Konsumentowi uprawnienie do zachowania, bez dodatkowych kosztów, Treści cyfrowej zgodnej z Umową sprzedaży, w stanie niezmienionym.

54. Konsument może skorzystać z pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich. Podmiotem uprawnionym, właściwym dla Usługodawcy jest Wojewódzki Inspektorat Inspekcji

Handlowej Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Rzeszowie, ul. 8-go Marca 5, 35-959 Rzeszów, tel. (17) 862 14 53, (17) 862 14 54, sekretariat@wiih.rzeszow.pl

55. Postanowienia § 7 ust. 1-18 oraz ust. 25-53 Regulaminu stosuje się również do Przedsiębiorcy Indywidualnego.

56. Ilekroć w § 7 ust. 25-53 Regulaminu mowa jest o Umowie sprzedaży należy przez to rozumieć umowę o dostarczanie Treści cyfrowej.

§ 8 Gwarancja

1. Towary sprzedawane przez Sprzedawcę są objęte gwarancją udzieloną przez producenta Towaru bądź dystrybutora.

2. W wypadku Towarów objętych gwarancją informacja dotycząca istnienia gwarancji prezentowana jest w Sklepie Internetowym, treść i szczegółowe zasady gwarancji są zamieszczone na stronie internetowej wskazanego producenta/dystrybutora (Gwaranta).

3. Oświadczenie gwarancyjne określa obowiązki gwaranta i uprawnienia Klienta w przypadku, gdy rzecz sprzedana nie ma właściwości określonych w tym oświadczeniu, a ponadto zawiera podstawowe informacje o sposobie realizacji uprawnień z gwarancji.

§ 9 Odstąpienie (Umowa sprzedaży, Umowa o dostarczanie treści cyfrowych)

1. Konsument, który zawarł Umowę sprzedaży na odległość może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny.

2. Bieg terminu do odstąpienia od Umowy sprzedaży rozpoczyna się dla Umowy sprzedaży, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje Towar – od objęcia Towaru w posiadanie przez Konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik, a w przypadku, gdy Umowa sprzedaży obejmuje wiele Towarów, które są dostarczane osobno, partiami lub w częściach – od objęcia w posiadanie ostatniego Towaru, partii lub części, dla pozostałych umów – od dnia ich zawarcia.

3. Konsument może odstąpić od Umowy sprzedaży składając Sprzedawcy oświadczenie o odstąpieniu. Oświadczenie można złożyć na formularzu, którego wzór został zamieszczony przez Sprzedawcę w Sklepie Internetowym. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.

4. Sprzedawca niezwłocznie potwierdza Konsumentowi otrzymanie formularza złożonego za pośrednictwem strony internetowej.

5. W przypadku odstąpienia od Umowy sprzedaży jest ona uważana za niezawartą.

6. Jeśli Konsument złożył oświadczenie o odstąpieniu od Umowy sprzedaży zanim Sprzedawca przyjął jego ofertę, oferta przestaje wiązać.

7. Sprzedawca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia Konsumenta o odstąpieniu od Umowy sprzedaży, zwrócić mu wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszt Dostawy Towaru do Konsumenta. Sprzedawca może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od Konsumenta do chwili otrzymania z powrotem Towaru.

8. Jeżeli Konsument korzystający z prawa do odstąpienia od Umowy sprzedaży wybrał sposób dostarczenia Towaru inny niż najtańszy zwykły sposób Dostawy oferowany przez Sprzedawcę,

Sprzedawca nie jest zobowiązany do zwrotu Konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów (następuje zwrot kwoty najniższej dostępnej metody dostawy)

9. Konsument ma obowiązek zwrócić Towar Sprzedawcy niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 14 dni od dnia, w którym odstąpił od Umowy sprzedaży. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie Towaru na adres korespondencyjny Sprzedawcy przed upływem tego terminu. Adresem korespondencyjnym jest: Media Smart Group Sp. z o. o., 37-100 Łańcut, ul. Generała Bema 2, tel. kontaktowy +48 573 449 447.

10. W wypadku odstąpienia od Umowy sprzedaży Konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu Towaru.

11. Jeśli ze względu na swój charakter Towar nie może zostać w zwykłym trybie odesłany pocztą, Sprzedawca informuje Konsumenta o kosztach zwrotu Towaru.

12. Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości Towaru będące wynikiem korzystania z niego w sposób wykraczający poza sposób konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania Towaru.

13. Sprzedawca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył Konsument chyba, że Konsument wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.

14. Prawo odstąpienia od Umowy sprzedaży nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do Umów sprzedaży, w których Towarem jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji Konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb.

15. Prawo odstąpienia od Umowy sprzedaży nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do Umów sprzedaży, w których Towarem jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

16. Prawo odstąpienia od Umowy sprzedaży nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do Umów sprzedaży, w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

17. Prawo odstąpienia od Umowy sprzedaży nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do umów o świadczenie usługi, jeżeli Sprzedawca wykonał w pełni usługę za wyraźną i uprzednią zgodą Konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia usługi, że po spełnieniu tego świadczenia przez Sprzedawcę utraci prawo do odstąpienia od umowy, i przyjął to do wiadomości.

18. Prawo odstąpienia od Umowy sprzedaży nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do Umów sprzedaży, w których Towarem jest rzecz, która po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostaje nierozłącznie połączona z innymi rzeczami.

19. Prawo odstąpienia nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do umów o dostarczanie treści cyfrowych na niematerialnym nośniku, za które Konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny, jeżeli spełnianie świadczenia przez Sprzedawcę rozpoczęło się za wyraźną i uprzednią zgodą Konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po jego spełnieniu przez Sprzedawcę utraci prawo do odstąpienia od umowy, i przyjął to do wiadomości,

a Sprzedawca przekazał Konsumentowi potwierdzenie wyrażenia przez Konsumenta ww. zgody na Trwałym nośniku.

20. Postanowienia § 9 Regulaminu stosuje się również do Przedsiębiorcy z ograniczeniem wynikającym z aktualnie obowiązujących przepisów prawa.

21. Prawo odstąpienia od Umowy sprzedaży zawartej na odległość nie przysługuje Przedsiębiorcom Profesjonalistom.

§ 10 Usługi nieodpłatne

1. Usługodawca świadczy lub może świadczyć na rzecz Klientów drogą elektroniczną nieodpłatne usługi:

- a) formularz kontaktowy;
- b) prowadzenie Konta Klienta;
- c) zamieszczanie opinii.

2. Usługi wskazane w § 10 ust. 1 Regulaminu świadczone są 7 dni w tygodniu, 24 godziny na dobę.

3. Usługodawca zastrzega sobie możliwość wyboru i zmiany rodzaju, form, czasu oraz sposobu udzielania dostępu do wybranych wymienionych usług, o czym poinformuje Klientów w sposób właściwy dla zmiany Regulaminu.

4. Usługa formularza kontaktowego polega na umożliwianiu wysłania wiadomości do Usługodawcy za pomocą formularza umieszczonego w Sklepie Internetowym. Rezygnacja z usługi formularza kontaktowego możliwa jest w każdej chwili i polega na zaprzestaniu wysyłania wiadomości do Usługodawcy za pośrednictwem ww. formularza.

5. Usługa prowadzenia Konta Klienta dostępna jest po dokonaniu Rejestracji na zasadach opisanych w Regulaminie i polega na udostępnieniu Klientowi indywidualnego panelu w ramach Sklepu Internetowego, który umożliwia Klientowi dokonywanie szeregu czynności bez konieczności każdorazowego wprowadzania danych w formularzach.

6. Klient, który dokonał Rejestracji może zgłosić żądanie usunięcia Konta Klienta, przy czym może ono zostać usunięte w terminie do 14 dni od zgłoszenia żądania.

7. Usługa zamieszczania opinii polega na umożliwieniu Klientom publikacji w Sklepie Internetowym indywidualnych i subiektywnych wypowiedzi Klienta dotyczących Towarów.

8. Usługodawca jest uprawniony do zablokowania dostępu do Konta Klienta i usług nieodpłatnych w przypadku działania przez Klienta na szkodę Usługodawcy lub Sprzedawcy, tj. prowadzenia działalności reklamowej innego przedsiębiorcy lub produktu; działalności polegającej na zamieszczaniu treści niezwiązanych z działalnością Usługodawcy czy też Sprzedawcy; działalności polegającej na zamieszczaniu treści nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd, jak również w przypadku działania na szkodę innych Klientów, naruszenia przepisów prawa lub postanowień Regulaminu, a także, gdy zablokowanie dostępu do Konta Klienta i usług nieodpłatnych jest uzasadnione względami bezpieczeństwa, w szczególności przełamywaniem zabezpieczeń Strony Internetowej Sklepu lub innymi działaniami hakerskimi. Zablokowanie dostępu do Konta Klienta i usług nieodpłatnych z wymienionych przyczyn trwa przez okres niezbędny do rozwiązania kwestii stanowiącej podstawę zablokowania dostępu do Konta Klienta i usług nieodpłatnych. Usługodawca

zawiadamia Klienta o zablokowaniu dostępu do Konta Klienta i usług nieodpłatnych drogą elektroniczną na adres podany przez Klienta w formularzu rejestracyjnym.

9. Klient może zgłosić Usługodawcy reklamację w związku z korzystaniem z usług nieodpłatnych świadczonych drogą elektroniczną przez Usługodawcę. Reklamacja może być złożona w formie elektronicznej. W zgłoszeniu reklamacyjnym Klient winien zawrzeć opis zaistniałego problemu. Usługodawca niezwłocznie, lecz nie później niż w terminie 14 dni rozpatruje reklamacje i udziela Klientowi odpowiedzi.

§ 11 Zgłaszanie zagrożenia lub naruszenia praw

1. W przypadku, gdy Klient lub inna osoba lub podmiot uzna, iż treść publikowana w Sklepie Internetowym narusza ich prawa, dobra osobiste, dobre obyczaje, uczucia, moralność, przekonania, zasady uczciwej konkurencji, know-how, tajemnicę chronioną prawem lub na podstawie zobowiązania, może powiadomić Usługodawcę o potencjalnym naruszeniu.

2. Usługodawca, powiadomiony o potencjalnym naruszeniu, podejmuje niezwłoczne działania mające na celu ustalenie istotnych okoliczności potencjalnego naruszenia i w razie powstania takiej konieczności usuwa ze Sklepu Internetowego treści będące przyczyną naruszenia.

§ 12 Ochrona danych osobowych

Dane Klientów przetwarzane są w celu prowadzenia Sklepu Internetowego (prowadzenia Konta Klienta i realizacja zamówień). Klient ma prawo: dostępu do swoich danych, ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania oraz przenoszenia, sprzeciwu wobec przetwarzania danych, a także złożenia skargi dotyczącej przetwarzania danych. Więcej informacji o ochronie danych osobowych w Sklepie Internetowym można znaleźć w zapisach **Klauzula Informacyjna – ochrona danych osobowych**

§ 13 Recykling

Klient ma możliwość nieodpłatnego zwrotu użytego sprzętu elektronicznego w związku z zakupem nowego sprzętu tego samego rodzaju, np. przy zakupie nowego telefonu, Sprzedający odbierze w Sklepie Stacjonarnym inny użyty egzemplarz (za jedną zakupioną nową sztukę przyjęta zostanie jedna „stara” sztuka). Prosimy w tej sprawie skontaktować się wcześniej z Infolinią Sprzedającego i uzgodnić szczegóły. Innym rozwiązaniem jest skontaktowanie się z najbliższym urzędem gminy, gdzie powinien być udostępniony do wglądu aktualny wykaz miejsc, w których można bezpłatnie zutylizować użyty sprzęt.

§ 14 Rozwiązanie umowy (nie dotyczy Umów sprzedaży)

1. Zarówno Klient, jak i Usługodawca mogą rozwiązać umowę o świadczenie usług, o których mowa w § 10 ust. 1 Regulaminu w każdym czasie i bez podania przyczyn, z zastrzeżeniem zachowania praw nabytych przez drugą stronę przed rozwiązaniem ww. umowy oraz postanowień poniżej.

2. Klient, który dokonał Rejestracji rozwiązuje umowę o dostarczanie usługi Konto Klienta, poprzez wysłanie do Usługodawcy stosownego oświadczenia woli przy użyciu dowolnego środka komunikacji na odległość umożliwiającego zapoznanie się przez Usługodawcę z oświadczeniem woli Klienta.

3. Usługodawca wypowiada umowę o świadczenie usług, o których mowa w § 10 ust. 1 Regulaminu poprzez wysłanie do Klienta stosownego oświadczenia woli na adres poczty

elektronicznej podany przez Klienta podczas Rejestracji. Oświadczenie o wypowiedzeniu umowy o prowadzenie Konta Klienta musi zostać wysłane w terminie 14 dni przed planowaną datą usunięcia Konta Klienta.

4. Usługodawca ma prawo wypowiedzieć umowę o świadczenie usług, o których mowa w § 10 ust. 1 Regulaminu w trybie natychmiastowym w przypadku naruszenia przez Klienta postanowień Regulaminu oraz w przypadku, gdy Klient – pomimo skierowania do niego wezwania - nie zaprzestanie naruszeń w wyznaczonym terminie.

§ 15 Postanowienia końcowe

1. Sprzedawca ponosi odpowiedzialność z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, lecz w przypadku umów zawieranych z Klientami będącymi Przedsiębiorcami innymi niż Przedsiębiorcy Indywidualni Sprzedawca ponosi odpowiedzialność tylko w przypadku umyślnego wyrządzenia szkody i w granicach rzeczywiście poniesionych strat przez Klienta będącego takim Przedsiębiorcą.

2. Usługodawca ponosi odpowiedzialność z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, lecz w przypadku umów zawieranych z Klientami będącymi Przedsiębiorcami innymi niż Przedsiębiorcy Indywidualni Usługodawca ponosi odpowiedzialność tylko w przypadku umyślnego wyrządzenia szkody i w granicach rzeczywiście poniesionych strat przez Klienta będącego takim Przedsiębiorcą.

3. Treść Regulaminu może zostać utrwalona poprzez wydrukowanie, zapisanie na nośniku lub pobranie w każdej chwili ze Strony Internetowej Sklepu.

4. W przypadku powstania sporu na gruncie zawartej Umowy sprzedaży lub umowy świadczenia usług strony będą dążyły do rozwiązania sprawy polubownie. Prawem właściwym dla rozstrzygania wszelkich sporów powstałych na gruncie Regulaminu jest prawo polskie.

5. Klient będący Konsumentem ma możliwość skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń. Zasady dostępu do tych procedur dostępne są w siedzibach lub na stronach internetowych podmiotów uprawnionych do pozasądowego rozpatrywania sporów. Mogą nimi być w szczególności rzecznicy praw konsumenta lub Wojewódzkie Inspektoraty Inspekcji Handlowej, których lista jest dostępna na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem https://www.uokik.gov.pl/pozasadowe_rozwiazywanie_sporow_konsumenckich.php.

6. Usługodawca zastrzega sobie prawo zmiany Regulaminu. Zmiana Regulaminu wchodzi w życie w terminie 7 dni od opublikowania w Sklepie Internetowym.

7. Umowy z Sprzedawcą oraz z Usługodawcą zawierane są w języku polskim.

9. Regulamin wchodzi w życie z dniem 30.04.2025 r.