

## I. MEDIBRAND REGULAMIN - Wstęp

1. Niniejszy regulamin zwany dalej „Regulaminem” określa ogólne warunki, podstawowe zasady oraz sposób prowadzenia sprzedaży dokonywanej przez sklep internetowy pod adresem <https://medibrand.pl>, zwany dalej „Sklepem Internetowym” na rzecz Klientów, tj. osób fizycznych mających pełną zdolność do czynności prawnych, a także osób prawnych lub jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną.
2. Sklep Internetowy prowadzony jest przez Laurę Sulewską prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Medibrand Laura Sulewska z siedzibą w Warszawie, ul. Puławska 405a, 02-801 Warszawa, NIP: 6392000043, REGON: 524117883, adres poczty elektronicznej: kontakt@medibrand.pl, numer telefonu kontaktowego: +48733277798.
3. Akceptacja Regulaminu jest dobrowolna, ale konieczna w celu utworzenia Konta i/lub w celu złożenia przez Klienta Zamówienia. Składając Zamówienie w Sklepie Internetowym Klient oświadcza, że zapoznał się z treścią Regulaminu i akceptuje jego warunki w całości.
4. Ilekroć w dalszej części Regulaminu użyto niżej wymienionych zwrotów pisanych wielką literą, należy je rozumieć w podanym niżej znaczeniu:
  - a. Cena - określona w złotych polskich wartość brutto Towaru,
  - b. Dzień Roboczy - jeden dzień od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy,
  - c. 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,
  - d. Użytkownik - osoba fizyczna mająca pełną zdolność do czynności prawnych, a także osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, korzystający ze Sklepu internetowego.
  - e. Konsument - osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, a także osoba fizyczna korzystająca ze Sklepu Internetowego w związku z czynnościami związanymi z prowadzoną przez nią działalnością gospodarczą, gdy z treści zawartej umowy wynika, że umowa nie posiada dla tej osoby charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez takie osoby działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej,
  - f. Przedsiębiorca - osoba fizyczna, osoba prawna oraz jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, którym ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową i korzystająca z usług Sprzedawcy w bezpośrednim związku z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową,
  - g. Konto - indywidualny panel, oznaczony indywidualną nazwą (Loginem) i Hasłem, pozwalający na korzystanie przez Klienta z dodatkowych usług oferowanych przez Sprzedawcę. Klient uzyskuje dostęp do Konta za pomocą Loginu i Hasła. Klient loguje się na swoje Konto po dokonaniu rejestracji w Sklepie Internetowym. Konto umożliwia zapisywanie i przechowywanie informacji o danych adresowych Klienta do rozliczeń oraz do wysyłki Towarów, śledzenie statusu Zamówienia, dostęp do historii Zamówień oraz innych usług udostępnianych przez Sprzedawcę,
  - h. Koszyk - usługa udostępniana każdemu Klientowi, który korzysta ze Sklepu Internetowego, polegająca na umożliwieniu mu złożenia Zamówienia jednego lub kilku Towarów, wpisania kodów rabatowych umożliwiających obniżenie Ceny, wyświetlenia podsumowania Ceny poszczególnych Towarów i wszystkich Towarów łącznie (w tym ew. kosztów wysyłki),
  - i. Login - adres poczty elektronicznej Klienta podany w ramach Sklepu Internetowego podczas tworzenia Konta,
  - j. Newsletter - usługa świadczona drogą elektroniczną, która umożliwia wszystkim korzystającym z niej Klientom otrzymywanie od Sprzedawcy cyklicznych informacji w szczególności o Produktach, nowościach i promocjach, aktualnościach dotyczących Sprzedawcy, na podany przez Klienta adres e-mail, za wyraźną zgodą lub na wyraźne zamówienie Klienta. Zasady świadczenia usług Newslettera zostały określone w Regulaminie.
  - k. Poprzednia najniższa cena - najniższa Cena danego Towaru jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki lub w przypadku, gdy dany Towar jest w sprzedaży krócej niż 30 dni najniższa Cena danego Towaru, która obowiązywała w okresie od dnia dostępności danego Towaru do dnia wprowadzenia obniżki
  - l. Towar - dostępna w Sklepie Internetowym rzecz ruchoma oferowana przez Sprzedawcę,
  - m. Treści cyfrowe – dane wytworzone i dostarczone w postaci cyfrowej,
  - n. Sprzedawca - Laura Sulewska prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Medibrand Laura Sulewska z siedzibą w Warszawie, ul. Puławska 405a, 02-801 Warszawa, NIP: 6392000043, REGON: 524117883, adres poczty elektronicznej: kontakt@medibrand.pl, numer telefonu kontaktowego: +48733277798.
  - o. Umowa sprzedaży - umowa sprzedaży w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego, dotycząca sprzedaży przez Sprzedawcę na rzecz Klienta Towaru za zapłatą Ceny powiększonej o ewentualne opłaty dodatkowe, w szczególności koszty wysyłki. Umowa sprzedaży jest zawierana pomiędzy Klientem, a Sprzedawcą z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, w momencie dokonania przez Klienta zapłaty Ceny powiększonej o ewentualne opłaty dodatkowe, w szczególności

- koszty wysyłki. Umowa Sprzedaży określa w szczególności wybrany Towar, jego główne cechy, Cenę, koszty wysyłki oraz inne istotne warunki,
- p. Umowa o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych – umowa, której przedmiotem jest dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych przez Sprzedawcę.
  - q. Usługi cyfrowe - usługi pozwalające Klientowi na wytwarzanie, przetwarzanie i przechowywanie danych lub dostęp do nich w postaci cyfrowej lub usługę pozwalającą na wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub wytworzone przez Klienta lub innego użytkownika tej usługi lub inne formy interakcji przy pomocy takich danych.
  - r. Zamówienie - oświadczenie woli Klienta wyrażające bezpośrednią wolę zawarcia Umowy Sprzedaży na odległość składane z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, określające Towar, co do którego Klient składa ofertę zawarcia Umowy Sprzedaży oraz dane Klienta konieczne dla ewentualnego zawarcia i wykonania Umowy Sprzedaży.
  - s. Karta Podarunkowa - elektroniczny lub fizyczny indywidualny kod identyfikacyjny nabyty lub nabywany przez Klienta od jego wystawcy, którym jest Sprzedawca.

## **II. Postanowienia ogólne**

1. Wszelkie prawa do Sklepu Internetowego, w tym majątkowe i niemajątkowe prawa autorskie, prawa własności intelektualnej do jego nazwy, domeny internetowej, strony internetowej Sklepu Internetowego, a także prawa do wzorców, formularzy oraz logotypów należą do Sprzedawcy, a korzystanie z nich może następować wyłącznie w sposób określony w Regulaminie i za wyłączną, uprzednią zgodą Sprzedawcy, udzieloną na piśmie pod rygorem nieważności.
2. Sklep Internetowy jest udostępniany przez Sprzedawcę za pośrednictwem sieci Internet jako zasób systemu teleinformatycznego oraz informatycznego.
3. Sprzedawca zastrzega sobie prawo do umieszczania w Sklepie Internetowym treści reklamowych dotyczących oferowanych towarów, jak i towarów i usług osób trzecich.
4. Zabronione jest wykorzystywanie Sklepu Internetowego przez Klientów lub osoby trzecie do przesyłania niezamówionej informacji handlowej.
5. Korzystanie ze Sklepu Internetowego oznacza każdą czynność Klienta, która prowadzi do zapoznania się przez niego z treściami zawartymi w Sklepie Internetowym.
6. Korzystanie ze Sklepu Internetowego może odbywać się wyłącznie na zasadach i w zakresie wskazanym w Regulaminie.
7. Sprzedawca dołoży wszelkich starań, aby korzystanie ze Sklepu Internetowego było możliwe za pomocą wszystkich popularnych przeglądarek internetowych, systemów operacyjnych, typów komputerów oraz typów połączeń internetowych.
8. W celu złożenia Zamówienia w Sklepie Internetowym oraz w celu korzystania z usług dostępnych przez Sprzedawcę, konieczne jest posiadanie przez Klienta aktywnego konta poczty elektronicznej.
9. Klient jest uprawniony do korzystania z zasobów Sklepu Internetowego wyłącznie na własny użytek. Nie jest dopuszczalne wykorzystywanie zasobów i funkcji Sklepu Internetowego w celu prowadzenia przez Klienta działalności komercyjnej lub takiej, która naruszałaby interes Sprzedawcy.
10. Informacje podane w Sklepie Internetowym nie stanowią oferty w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego. Stanowią one zaproszenie do zawarcia umowy w rozumieniu art. 71 Kodeksu cywilnego.
11. Sprzedawca oświadcza, iż publiczny charakter sieci Internet 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 stosować programy antywirusowe i chroniące tożsamość korzystających z sieci Internet.
12. Sprzedawca tworzy i wdraża zabezpieczenia przed nieuprawnionym korzystaniem, zwielokrotnianiem lub rozpowszechnianiem treści zawartych w Sklepie Internetowym. W przypadku zastosowania przez Sprzedawcę powyższych zabezpieczeń, Klienci zobowiązują się powstrzymać od jakichkolwiek działań zmierzających do usunięcia lub obejścia takich zabezpieczeń lub rozwiązań.
13. W przypadku obniżki Ceny Sprzedawca podaje obok informacji o obniżonej Cenie informację o Poprzedniej najniższej cenie.
14. Sprzedawca nie stosuje indywidualnego dostosowywania cen, co oznacza, że ceny widoczne w sklepie są takie same dla każdego Użytkownika.
15. Opinie widoczne przy Towarach nie są weryfikowane przez Sprzedawcę pod kontem pochodzenia od podmiotów, którzy faktycznie używali danego Towaru lub go nabyli

## **III. Konto Klienta.**

1. Każdy Klient uprawniony jest do założenia oraz używania Konta. Z chwilą założenia Konta Klient zawiera ze sprzedawcą Umowę o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
2. W celu utworzenia Konta, Klient obowiązany jest dokonać rejestracji. Rejestracja nie jest konieczna do składania przez Klientów Zamówień w Sklepie Internetowym.

3. Do prawidłowego korzystania z Konta wymagane jest włączenie obsługi plików cookies w przeglądarce internetowej. Pliki cookies służą do utrzymania sesji osoby korzystającej ze Sklepu, zwanej dalej: „Użytkownikiem”, po zalogowaniu się do Konta. Możliwe jest następnie ich skasowanie poprzez odpowiednie opcje dostępne w przeglądarce internetowej lub za pomocą innego oprogramowania.
4. W celu dokonania rejestracji, Klient powinien wypełnić formularz rejestracyjny udostępniony przez Sprzedawcę w Sklepie Internetowym, a następnie przesłać wypełniony formularz rejestracyjny drogą elektroniczną do Sprzedawcy poprzez wybór odpowiedniej funkcji znajdującej się w formularzu rejestracyjnym.
5. Wypełnienie formularza rejestracyjnego następuje z zachowaniem poniższych zasad:
  - a. Klient powinien wypełnić wszystkie pola formularza rejestracyjnego, chyba, że pole jest oznaczone jako opcjonalne,
  - b. informacje wpisane do formularza rejestracyjnego powinny dotyczyć wyłącznie Klienta i być zgodne z prawdą, przy czym Klient jest osobą odpowiedzialną za prawdziwość informacji wpisanych do formularza rejestracyjnego,
  - c. Klient powinien zapoznać się i potwierdzić fakt zapoznania się z treścią Regulaminu oznaczając odpowiednie pole formularza rejestracyjnego,
  - d. Klient powinien zapoznać się z polityką prywatności, oznaczając odpowiednie pole formularza rejestracyjnego,
  - e. w razie wyrażenia zgody na otrzymywanie informacji handlowej, Klient powinien oznaczyć odpowiednie pole formularza.
6. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za podanie przez Klienta błędnych lub nieprawdziwych danych.
7. Po przesłaniu wypełnionego formularza rejestracyjnego, Klient otrzymuje niezwłocznie, drogą elektroniczną na adres poczty elektronicznej podany w formularzu rejestracyjnym potwierdzenie rejestracji przez Sprzedawcę. Podczas rejestracji Klient ustala indywidualne Hasło. Z tą chwilą zawarta zostaje Umowa o dostarczanie Treści lub Usługi cyfrowej jaką jest prowadzenia Konta Klienta, zaś Klient uzyskuje możliwość dostępu do Konta, a także uzupełniania i dokonywania zmian danych, za wyjątkiem Loginu.
8. Klient może w każdej chwili i bez podania przyczyny usunąć Konto poprzez wysłanie żądania do Sprzedawcy na adres poczty elektronicznej: kontakt@medibrand.pl lub pisemnie na adres: Sklep Internetowy ul. Puławska 405a, 02-801 Warszawa.
9. Klient zobowiązany jest dołożyć wszelkich starań w celu zachowania poufności i nieudostępniania osobom trzecim Hasła. W razie zaistnienia okoliczności wskazujących na podejrzenie, iż Hasło znalazło się w posiadaniu osoby nieuprawnionej, Klient ma obowiązek niezwłocznego zawiadomienia o tym fakcie Sprzedawcę, z wykorzystaniem dostępnych środków łączności. W takiej sytuacji Klient powinien niezwłocznie zmienić Hasło, wykorzystując odpowiednie funkcjonalności w ramach Konta Klienta.

#### **IV. Składanie Zamówień**

1. Zawarcie Umowy Sprzedaży między Klientem, a Sprzedawcą następuje po uprzednim złożeniu przez Klienta Zamówienia w Sklepie Internetowym na warunkach wskazanych poniżej. Prezentacja Towaru wraz z jego ceną regularną w Sklepie internetowym nie stanowi oferty jego zakupu w rozumieniu Kodeksu Cywilnego, a jedynie zaproszenie do zawarcia Umowy Sprzedaży, po zaakceptowaniu przez Sprzedawcę złożonego przez Klienta Zamówienia.
2. Sprzedawca umożliwi Klientowi złożenie Zamówienia za pośrednictwem Sklepu Internetowego w następujący sposób:
  - a. Klient dodaje wybrany/e Towar/y do Koszyka poprzez wybór polecenia "DODAJ DO KOSZYKA", po czym przechodzi do formularza Zamówienia,
  - b. Klient posiadający Konto potwierdza w formularzu Zamówienia aktualność danych koniecznych do zawarcia i realizacji Umowy Sprzedaży. Klient, który nie posiada Konta musi samodzielnie wypełnić formularz Zamówienia w zakresie jego danych niezbędnych do zawarcia i realizacji Umowy Sprzedaży. W każdym przypadku podanie nieaktualnych lub nieprawdziwych danych Klienta może uniemożliwić realizację Umowy Sprzedaży. W formularzu Zamówienia niezbędne jest podanie przez Klienta następujących danych dotyczących Klienta: imię i nazwisko, adres (ulica, numer domu/mieszkania, kod pocztowy, miejscowość, kraj), adres poczty elektronicznej, numer telefonu kontaktowego oraz danych dotyczących Umowy Sprzedaży: Towary, ilość Towarów, rodzaj, kolor i rozmiar Towaru, miejsce i sposób dostawy Towarów, sposób płatności. W wypadku Klientów będących Przedsiębiorcami lub Konsumentami wykonującymi działalność gospodarczą niezbędne jest także podanie nazwy oraz adresu firmy, a jeśli zażądali oni w ramach formularza wystawienia faktury VAT, również numeru NIP - zgodnie z art. 106b ust.5 ustawy o VAT. W ramach rozwoju dostępnych w Sklepie Internetowym Towarów lub usług, Sprzedawca może wprowadzić obowiązek podania w treści formularza Zamówienia lub w innym właściwym miejscu, innych informacji dotyczących Towarów lub Klienta,
  - c. Wysłanie formularza następuje przez aktywację odpowiedniego pola „KUPUJĘ I PŁACĘ” w formularzu Zamówienia,
  - d. Każdorazowo przed wysyłką Zamówienia do Sprzedawcy, Klientowi wyświetlany jest formularz zawierający informacje określone w art. 12 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, w szczególności takie jak cena łączna wybranych Towarów oraz łączny koszt wybranego sposobu dostawy,

- e. W trakcie składania Zamówienia, do momentu naciśnięcia przycisku „KUPUJĘ I PŁACĘ”, Klient ma możliwość samodzielnego korygowania wprowadzonych danych w ramach panelu „Koszyk” poprzez dodanie lub usunięcie danej pozycji z Koszyka.
3. Złożenie Zamówienia stanowi złożenie przez Klienta Sprzedawcy oferty zawarcia Umowy Sprzedaży Towarów będących przedmiotem Zamówienia.
4. Sprzedawca ma prawo do weryfikacji dokonanego Zamówienia za pośrednictwem poczty elektronicznej bądź telefonicznie oraz jego anulowania w przypadkach uzasadniających wątpliwości co do możliwości realizacji Zamówienia.
5. Po złożeniu Zamówienia, Sprzedawca niezwłocznie przesyła na podany przez Klienta adres poczty elektronicznej potwierdzenie przyjęcia Zamówienia i rozpoczęcia jego weryfikacji.
6. Na podstawie opłaconego Zamówienia lub oznaczonego jako "wysyłka za pobraniem", Sprzedawca dokonuje weryfikacji dostępności w Sklepie Internetowym zamówionego przez Klienta Towaru.
7. W przypadku nieotrzymania przez Sprzedawcę płatności Klienta, który wybrał płatność przelewem lub płatność elektroniczną wskazaną w pkt V ust. 1 lit. a) oraz b) Regulaminu, Zamówienie zostaje oznaczone jako "oczekuje na wpłatę". Wówczas Sprzedawca może skontaktować się z Klientem celem przypomnienia o płatności, w tym wysyłając wiadomość na adres e-mail podany przez Klienta. Nieuiszczenie płatności w ciągu 7 dni od złożenia Zamówienia, spowoduje brak przyjęcia złożonej przez Klienta w ramach Zamówienia oferty.
8. W przypadku wyboru przez Klienta płatności za pobraniem przy odbiorze przesyłki Klient obowiązany jest do dokonania płatności przy odbiorze przesyłki. Odmowa odbioru Towaru, pomimo wyznaczenia dodatkowego 7-dniowego terminu, jest warunkiem rozwiązującym Umowę Sprzedaży.
9. Po złożeniu Zamówienia Sprzedawca niezwłocznie potwierdza jego otrzymanie oraz jednocześnie przyjmuje Zamówienie do realizacji. Potwierdzenie otrzymania Zamówienia i jego przyjęcie do realizacji następuje poprzez przesłanie przez Sprzedawcę Klientowi stosownej wiadomości e-mail na podany w trakcie składania Zamówienia adres poczty elektronicznej Klienta, która zawiera co najmniej oświadczenia Sprzedawcy o otrzymaniu Zamówienia i o jego przyjęciu do realizacji oraz potwierdzenie zawarcia Umowy Sprzedaży. Z chwilą otrzymania przez Klienta powyższej wiadomości e-mail zostaje zawarta Umowa Sprzedaży między Klientem a Sprzedawcą.
10. W przypadku braku w Sklepie Internetowym zamówionego Towaru albo braku możliwości realizacji Zamówienia z innych przyczyn, w tym także, gdy zakup towarów od dostawców Sprzedawcy nie będzie możliwy w czasie przewidzianym na realizację Zamówienia, Sprzedawca niezwłocznie poinformuje Klienta o powstałych okolicznościach drogą elektroniczną na adres e-mail podany przez Klienta lub telefonicznie.
11. Sklep zastrzega sobie prawo do nierealizowania Zamówień bez udostępnienia kontaktu, pod którym będzie możliwe potwierdzenie Zamówienia.
12. Jeśli realizacja Zamówienia okaże się niemożliwa, Sprzedawca może zaproponować Klientowi:
  - a. anulowanie całości Zamówienia (wybór tej opcji przez Klienta zwalnia Sprzedawcę z obowiązku realizacji Zamówienia),
  - b. anulowanie Zamówienia w części, w której jego realizacja nie jest możliwa w racjonalnym terminie (wybór tej opcji przez Klienta zwalnia Sprzedawcę z realizacji Zamówienia w zakresie, w jakim nie jest ona możliwa),
  - c. podział Zamówienia oraz określenie terminu realizacji Zamówienia w części, której realizacja pierwotnie nie jest możliwa (wybór tej opcji przez Klienta powoduje, że dostawa dokonana zostanie w odrębnych przesyłkach, przy czym Klient nie będzie ponosił dodatkowych kosztów dostawy związanych z podziałem Zamówienia).
13. W przypadku braku możliwości przyjęcia ofert/y złożonych w ramach Zamówienia, Umowa Sprzedaży nie zostaje zawarta, a Sprzedawca niezwłocznie, nie później niż w ciągu 14 dni zwraca Klientowi uiszczone przez niego płatności, w zakresie w jakim Umowa Sprzedaży nie została zawarta.
14. Ostateczną ceną wiążącą strony Umowy Sprzedaży jest Cena umieszczona przy danym Towarze w momencie składania Zamówienia przez Klienta.
15. Ceny zamieszczone przy danym Towarze:
  - a. stanowią ceny brutto (z podatkiem VAT – jeśli obowiązuje) i określone są w złotych polskich,
  - b. nie zawierają informacji odnośnie kosztów dostawy, o których Klient będzie poinformowany przy wyborze sposobu dostawy,
  - c. nie zawierają informacji na temat ewentualnych opłat celnych, jeżeli adres dostawy jest poza terytorium Polski.
16. Informacja na temat całkowitej wartości Zamówienia określona zostaje po dokonaniu przez Klienta wyboru formy dostawy oraz formy płatności, w ostatnim kroku złożenia Zamówienia.
17. W przypadku obniżki Ceny Sprzedawca podaje obok informacji o obniżonej Cenie informację o Poprzedniej najniższej cenie.

## V. Dostawa i formy płatności

1. Sklep nadaje przesyłki na terenie Polski oraz wybranych krajów Unii Europejskiej. Aktualne informacje na temat kosztów dostawy oraz przewoźników znajdują się pod następującym linkiem: <https://medibrand.pl/dostawa/>
2. Klient może wybrać następujące formy płatności za zamówione Towary:

- a. przelew bankowy na rachunek bankowy Sprzedawcy (w tym przypadku realizacja Zamówienia rozpoczęta zostanie po zaksięgowaniu przedpłaty na rachunek bankowy Sprzedawcy),
  - b. przelew poprzez system płatności PayU (w tym przypadku realizacja Zamówienia rozpoczęta zostanie po zaksięgowaniu przedpłaty na rachunek bankowy Sprzedawcy),
  - c. płatność gotówką za pobraniem (w tym przypadku realizacja Zamówienia i jego wysyłka zostanie rozpoczęta po otrzymaniu potwierdzenia złożenia Zamówienia przez Klienta).
3. Klient nie ma możliwości zapłaty za część Zamówienia z góry, a za część Zamówienia przy odbiorze.
  4. Termin wysłania Towaru do Klienta przez Sprzedawcę wynosi do 3 Dni Roboczych, chyba że w opisie danego Towaru lub w trakcie składania Zamówienia podano dłuższy termin. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za niedostarczenie Towaru lub czas jego dostawy z przyczyn leżących po stronie Klienta, w szczególności, jeśli są one spowodowane podaniem przez Klienta błędnego lub niewłaściwego adresu dostawy. W takiej sytuacji Sprzedający zawiadomi Klienta o nieudanej próbie dostarczenia Towaru.
  5. Zamówione Towary są dostarczane do Klienta za pośrednictwem przewoźników wskazanych w Sklepie Internetowym, na adres wskazany w formularzu Zamówienia.
  6. W dniu wysłania Towaru do Klienta przekazywana jest na adres poczty elektronicznej Klienta i/lub wiadomość sms, informacja potwierdzająca nadanie przesyłki przez Sprzedawcę.
  7. Klient powinien zbadać doręczoną przesyłkę w czasie i w sposób przyjęty przy przesyłkach danego rodzaju, w obecności przewoźnika. Klient ma prawo żądać od przewoźnika spisania właściwego protokołu w razie stwierdzenia ubytku lub uszkodzenia przesyłki. Z chwilą wydania przez Sklep Internetowy Towaru przewoźnikowi przechodzą na Klienta będącego Przedsiębiorcą korzyści i ciężary związane z Towarem oraz niebezpieczeństwo przypadkowej utraty lub uszkodzenia Towaru. Sklep Internetowy w takim wypadku nie ponosi odpowiedzialności za utratę, ubytek lub uszkodzenie Towaru powstałe od przyjęcia go do przewozu aż do wydania go temu Klientowi oraz za opóźnienie w przewozie przesyłki. W razie przesłania Towaru do Klienta będącego Przedsiębiorcą za pośrednictwem przewoźnika Klient będący Przedsiębiorcą obowiązany jest zbadać przesyłkę w czasie i w sposób przyjęty przy przesyłkach tego rodzaju. Jeżeli stwierdzi on, że w czasie przewozu nastąpił ubytek lub uszkodzenie produktu, obowiązany jest dokonać wszelkich czynności niezbędnych do ustalenia odpowiedzialności przewoźnika.
  8. Sprzedawca przesyła na adres e-mail wskazany przez Klienta, zgodnie z wolą Klienta fakturę VAT obejmującą dostarczane Towary oraz formularz, o którym mowa w pkt IV ust. 2 lit. d) Regulaminu. Tym samym Klient wyraża zgodę na dostarczanie faktur w formie elektronicznej.
  9. W przypadku zwrotnego odesłania zamówionego Towaru do Sklepu Internetowego przez przewoźnika, Sprzedawca skontaktuje się z Klientem drogą elektroniczną lub telefonicznie, ustalając ponownie z Klientem termin i koszt dostawy.

## **VI. Reklamacja**

### **A. Postanowienia ogólne**

1. Sprzedawca ustosunkuje się do reklamacji Klienta niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania. Jeżeli Sprzedawca nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania, uważa się, że żądanie to uznał za uzasadnione.
2. Reklamacja powinna zawierać: imię i nazwisko, adres e-mail podany w Zamówieniu, datę zakupu, numer transakcji, opis sytuacji, której reklamacja dotyczy lub innych okoliczności uzasadniających reklamację oraz datę wystąpienia wady, a także żądanie Klienta związane ze składaną reklamacją. Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji, Sprzedawca zwraca się do Klienta składającego reklamację o uzupełnienie tych danych lub informacji określając termin, nie krótszy niż 7 dni i zakres tego uzupełnienia z pouczeniem, że nieuzupełnienie reklamacji w określonym terminie spowoduje pozostawienie reklamacji bez rozpoznania. Po bezskutecznym upływie wyznaczonego terminu reklamację pozostawia się bez rozpoznania.
3. Wniesienie przez Konsumenta reklamacji, a także jej nieuznanie albo pozostawienie bez rozpoznania przez Sprzedawcę, nie wpływa na uprawnienia Konsumenta do dochodzenia roszczeń na drodze sądowej zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
4. Towar zabrudzony nie może być przedmiotem zgłoszenia reklamacji. Odzież powinna być wyprana. Dostarczenie zabrudzonego Towaru skutkuje odrzuceniem reklamacji. Zgłoszenie wady Towaru powinno nastąpić od razu po jej wykryciu. Użytkowanie Towaru pomimo wady prowadzi do zwiększenia uszkodzeń uniemożliwiając jego naprawę. Towar zużyty nie podlega reklamacji.
5. Klient będący Konsumentem może skorzystać z pozasądowych sposobów rozpatrzenia reklamacji i dochodzenia roszczeń. Szczegółowe informacje dotyczące możliwości skorzystania przez Klienta będącego Konsumentem z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasady dostępu do tych procedur dostępne są pod adresem: [https://www.uokik.gov.pl/pozasadowe\\_rozwiazywanie\\_sporow\\_konsumenckich.php](https://www.uokik.gov.pl/pozasadowe_rozwiazywanie_sporow_konsumenckich.php). Ponadto Klient będący Konsumentem posiada następujące przykładowe możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń:
  - a. Konsument uprawniony jest do zwrócenia się do stałego polubownego sądu konsumenckiego, o którym mowa w art. 37 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. 2001 nr 4 poz. 25 ze zm.), z wnioskiem o rozstrzygnięcie sporu wynikłego z zawartej Umowy Sprzedaży,

- b. Konsument uprawniony jest do zwrócenia się do wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej, zgodnie z art. 36 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. 2001 nr 4 poz. 25 ze zm.), z wnioskiem o wszczęcie postępowania mediacyjnego w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporu między Konsumentem, a Sprzedawcą,
  - c. Konsument może uzyskać bezpłatną pomoc w sprawie rozstrzygnięcia sporu między Konsumentem, a Sprzedawcą, korzystając także z bezpłatnej pomocy powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów lub organizacji społecznej, do której zadań statutowych należy ochrona konsumentów (m.in. Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich),
  - d. Konsument może złożyć skargę za pośrednictwem platformy internetowej ODR: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Platforma ODR stanowi także źródło informacji na temat form pozasądowego rozstrzygania sporów mogących powstać pomiędzy przedsiębiorcami i Konsumentami.
6. 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.

## B. Brak zgodności Towaru z Umową Sprzedaży

1. W razie braku zgodności Towaru z Umową Sprzedaży Klientowi będącemu Konsumentem przysługują uprawnienia określone w przepisach ustawy o prawach konsumenta.
2. Konsument może zgłosić reklamację Towaru w przypadku braku zgodności Towaru z Umową Sprzedaży.
3. Uznaje się, że Towar jest zgodny z Umową Sprzedaży, jeżeli zgodne z Umową Sprzedaży pozostają w szczególności jego opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność i funkcjonalność oraz Towar:
  - a. nadaje się do celów, do których zazwyczaj używa się Towaru tego rodzaju, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, norm technicznych lub dobrych praktyk;
  - b. występuje w takiej ilości i ma takie cechy jakie są typowe dla towaru tego rodzaju i których Konsument może zasadnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter towaru oraz publiczne zapewnienie złożone przez przedsiębiorcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w ich imieniu, w szczególności w reklamie lub na etykiecie, chyba że Sprzedawca:
    - 3.b.i.nie wiedział o danym publicznym zapewnieniu i oceniając rozsądnie, nie mógł o nim wiedzieć,
    - 3.b.ii.przed zawarciem Umowy Sprzedaży publiczne zapewnienie zostało sprostowane z zachowaniem warunków i formy, w jakiej publiczne zapewnienie zostało złożone, lub w porównywalny sposób,
    - 3.b.iii.publiczne zapewnienie nie miało wpływu na decyzję Konsumenta o zawarciu Umowy Sprzedaży.
  - c. być dostarczany z akcesoriami i instrukcjami, których dostarczenia Konsument może rozsądnie oczekiwać.
4. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za brak zgodności Towaru z Umową Sprzedaży, jeżeli Konsument został wyraźnie poinformowany, że konkretna cecha Towaru odbiega od wymogów zgodności z Umową oraz najpóźniej w chwili zawarcia Umowy Sprzedaży, wyraźnie i odrębnie zaakceptował brak konkretnej cechy Towaru
5. Sprzedawca ponosi odpowiedzialność za brak zgodności Towaru z Umową Sprzedaży istniejący w chwili jego dostarczenia i ujawniony w ciągu dwóch lat od tej chwili. Domniemywa się, że brak zgodności Towaru z Umową Sprzedaży, który ujawnił się przed upływem dwóch lat od dostarczenia Towaru, istniał w chwili jego dostarczenia, o ile nie zostanie udowodnione inaczej lub domniemania tego nie można pogodzić ze specyfiką Towaru lub charakterem braku zgodności z Umową Sprzedaży.
6. W przypadku braku zgodności Towaru z Umową Sprzedaży Klient będący Konsumentem może żądać jego naprawy lub wymiany.
7. 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 zarówno naprawa, jak i wymiana są niemożliwe lub wymagałyby nadmiernych kosztów, Sprzedawca może odmówić doprowadzenia Towaru do zgodności z Umową Sprzedaży.
8. Sprzedawca dokona naprawy lub wymiany w rozsądnym czasie od chwili, w której został poinformowany przez Konsumenta o braku zgodności z Umową Sprzedaży, i bez nadmiernych niedogodności dla Konsumenta, uwzględniając specyfikę Towaru oraz cel, w jakim Konsument go nabył. Koszty naprawy lub wymiany ponosi Sprzedawca.
9. Konsument zobowiązany jest do udostępniania reklamowanego Towaru podlegającego naprawie lub wymianie na koszt Sprzedawcy.
10. Konsument nie jest zobowiązany do zapłaty za zwykłe korzystanie z Towaru, który następnie został wymieniony.
11. Jeżeli Towar jest niezgodny z Umową Sprzedaży, Konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od Umowy Sprzedaży, gdy:
  - a. Sprzedawca odmówił doprowadzenia Towaru do zgodności z Umową Sprzedaży;
  - b. doprowadzenie Towaru do zgodności z okazało się bezskuteczne;

- c. brak zgodności Towaru z Umową Sprzedaży jest na tyle istotny, że uzasadnia natychmiastowe obniżenie Ceny albo odstąpienie od Umowy Sprzedaży;
  - d. z oświadczenia Sprzedawcy lub okoliczności wyraźnie wynika, że nie doprowadzi on Towaru do zgodności z Umową Sprzedaży w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności dla Konsumenta.
12. Obniżona cena będzie pozostawać w takiej proporcji do ceny Towaru, w jakiej wartość Towaru niezgodnego z Umową Sprzedaży pozostaje do wartości Towaru zgodnego z Umową Sprzedaży.
  13. Sprzedawca zwróci Konsumentowi kwotę należną wskutek skorzystania z prawa obniżenia ceny niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia Konsumenta o obniżeniu ceny.
  14. Konsument nie może odstąpić od Umowy Sprzedaży, jeżeli niezgodność Towaru z Umową Sprzedaży jest nieistotna. Domniemywa się jednak, że niezgodność Towaru z Umową Sprzedaży jest istotna.
  15. Uprawnienie Konsumenta do odstąpienia od Umowy Sprzedaży ograniczone jest do Towarów niezgodnych z Umową Sprzedaży, a nie do całości zamówienia.
  16. W razie odstąpienia od Umowy Sprzedaży Konsument, o którym mowa w postanowieniach powyżej, zobowiązany jest niezwłocznie zwrócić Towar Sprzedawcy na jego koszt. Sprzedawca zobowiązany jest zwrócić Konsumentowi Cenę niezwłocznie, ale nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania Towaru lub dowodu jego odesłania.
  17. Reklamacji nie podlegają Towary posiadające uszkodzenia mechaniczne oraz powstałe w wyniku braku lub nieprawidłowej konserwacji.

### **C. Reklamacja Treści i Usług cyfrowych**

1. Reklamacja Klienta dotycząca problemów z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych stanowi jednocześnie żądanie doprowadzenia Treści lub Usługi cyfrowej do zgodności z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
2. Niezgodność Treści i Usług cyfrowych ma miejsce wtedy, gdy:
  - a. niezgodny z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych jest ich opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność, funkcjonalność, kompatybilność, interoperacyjność oraz dostępność wsparcia technicznego i aktualizacji,
  - b. nie będą one pozostawały przydatne do szczególnego celu, do którego są potrzebne Konsumentowi, o którym Konsument powiadomił przedsiębiorcę najpóźniej w momencie zawarcia Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych i który przedsiębiorca zaakceptował,
  - c. nie będą one nadawać się do celów, w których zazwyczaj korzysta się z Treści cyfrowej lub Usługi cyfrowej tego rodzaju, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, norm technicznych lub dobrych praktyk,
  - d. nie będą one występować w takiej ilości i mieć takie cechy, w tym funkcjonalność, kompatybilność, dostępność, ciągłość i bezpieczeństwa, jakie są typowe dla Treści cyfrowej lub Usługi cyfrowej tego rodzaju i których Konsument może rozsądnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter Treści cyfrowej lub Usługi cyfrowej oraz publiczne zapewnienia złożone przez przedsiębiorcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w jego imieniu, w szczególności w reklamie lub na etykiecie, chyba że przedsiębiorca wykaże, że:
    - 2.d.i. nie wiedział o danym publicznym zapewnieniu i oceniając rozsądnie nie mógł o nim wiedzieć,
    - 2.d.ii. przed zawarciem Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych publiczne zapewnienie zostało sprostowane z zachowaniem warunków i formy, w jakich publiczne zapewnienie zostało złożone, lub w porównywalny sposób,
    - 2.d.iii. publiczne zapewnienie nie miało wpływu na decyzję Konsumenta o zawarciu Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych;
  - e. nie będą one dostarczone z akcesoriami i instrukcjami, których dostarczenia Konsument może rozsądnie oczekiwać,
  - f. nie będą one zgodne z wersją próbną lub zapowiedzią, które zostały udostępnione Konsumentowi przez przedsiębiorcę przed zawarciem Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
3. Sprzedawca doprowadza do zgodności z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych reklamowanej treści lub usługi cyfrowej w rozsądnym czasie od chwili, w której zostanie poinformowany o zaistniałych okolicznościach, bez nadmiernych niedogodności dla Klienta, uwzględniając charakter oraz cel treści lub usługi cyfrowej, w jakim są wykorzystywane.
4. Jeżeli zachodzi okoliczność niezgodności treści lub usługi cyfrowej z Umową, Użytkownik może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny (w przypadku Usług cyfrowych odpłatnych) albo odstąpieniu od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych, gdy:
  - a. doprowadzenie do zgodności z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych jest niemożliwe albo wymaga nadmiernych kosztów;
  - b. doprowadzenie do zgodności w Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych okazało się nieskuteczne;
  - c. brak zgodności Treści lub Usług cyfrowych z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych jest na tyle istotny, że uzasadnia natychmiastowe obniżenie ceny (w przypadku Usług cyfrowych odpłatnych) albo odstąpienie od tej Umowy;

- d. z oświadczenia Sprzedawcy lub okoliczności wyraźnie wynika, że nie doprowadzi on treści lub usług cyfrowych do zgodności z Umową o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności dla Klienta.
5. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności, jeżeli środowisko cyfrowe klienta nie jest kompatybilne z wymaganiami technicznymi.

### **VIII. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży**

1. Klient będący Konsumentem, który zawarł Umowę Sprzedaży na odległość może w terminie czternastu (14) dni od dnia otrzymania Towaru odstąpić od Umowy Sprzedaży bez podawania przyczyny, składając Sprzedawcy oświadczenie o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży. Oświadczenie może zostać złożone również na formularzu udostępnionym przez Sprzedawcę na stronie Sklepu. Oświadczenie może być wysłane:
  - a. pismem na adres: ul. Puławska 405a, 02-801 Warszawa.
  - b. w formie elektronicznej na adres: kontakt@medibrand.pl.
2. Sprzedawca niezwłocznie przesyła Konsumentowi potwierdzenie otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy złożonego w formie, o której mowa w ust. 1 lit. b powyżej.
3. Sprzedawca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia Konsumenta o odstąpieniu od Umowy Sprzedaży, zwrócić Konsumentowi dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostawy Towaru (z wyjątkiem dodatkowych kosztów wynikających z wybranego przez Klienta sposobu dostawy innego niż najtańszy zwykły sposób dostawy dostępny w Sklepie Internetowym). Sprzedawca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu płatności, jakiego użył Konsument, chyba że Konsument wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami. Sprzedawca nie odbiera przesyłek za pobraniem.
4. Koszty odesłania Towaru w przypadku odstąpienia od Umowy Sprzedaży o którym mowa w postanowieniach powyżej ponosi Konsument.
5. W razie skutecznego odstąpienia od Umowy Sprzedaży jest ona uważana za niezawartą.
6. Konsument zobowiązany jest do zwrotu zakupionego Towaru niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia, w którym odstąpił od Umowy Sprzedaży. Do zachowania terminu wystarczające jest odesłanie Towaru przed jego upływem.
7. Sprzedawca może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od Konsumenta do chwili otrzymania towaru z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jego odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.
8. Towar powinien zostać zwrócony w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy. Odpowiedzialność Konsumenta może obejmować w szczególności brak możliwości wprowadzenia Towaru do sprzedaży jako Towaru pełnowartościowego, koszty ponownego umieszczenia na towarze metek i elementów zabezpieczających, a także koszty przywrócenia Towaru do stanu umożliwiającego jego ponowne wprowadzenie do sprzedaży w ramach Sklepu Internetowego, w tym koszty badania Towaru przez specjalistę i koszty usunięcia wad stwierdzonych w wyniku takiego badania (w zakresie, w jakim wady te wynikają z korzystania przez Konsumenta z towaru w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia jego charakteru, cech i funkcjonowania).
9. Prawo odstąpienia od Umowy Sprzedaży nie przysługuje wobec Towaru, w której przedmiotem świadczenia 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, np. bielizny.
10. Prawo odstąpienia od Umowy Sprzedaży nie przysługuje wobec Towaru, w której przedmiotem świadczenia jest towar nieprefabrykowany, wyprodukowany według specyfikacji Konsumenta lub służący zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb.
11. W przypadku przekroczenia przez Konsumenta terminów dotyczących odstąpienia od Umowy Sprzedaży, Sprzedawca odeśle Konsumentowi zwrócony Towar na jego koszt.
12. Klientowi będącemu Przedsiębiorcą nie przysługuje prawo odstąpienia od Umowy Sprzedaży zawartej ze Sprzedawcą.
13. Sprzedawcy przysługuje prawo odstąpienia od Umowy Sprzedaży zawartej z Klientem będącym Przedsiębiorcą w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia jej zawarcia. Odstąpienie od Umowy Sprzedaży w tym wypadku może nastąpić bez podania przyczyny i nie stwarza po stronie Klienta będącego Przedsiębiorcą żadnych roszczeń w stosunku do Sprzedawcy.
14. W przypadku przekroczenia przez Konsumenta terminów dotyczących odstąpienia od Umowy Sprzedaży, Sprzedawca odeśle Konsumentowi zwrócony Asortyment na jego koszt.

### **X. Odstąpienie od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych**

1. Prawo odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych zawartej na odległość nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do Umów o dostarczanie Treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą Konsumenta przed upływem



- terminu do odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych i po poinformowaniu go przez Sprzedawcę o utracie prawa odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
2. Prawo odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych zawartej na odległość nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do Umów o dostarczanie Usługi cyfrowej, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni Usługę za wyraźną zgodą Konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez Sprzedawcę utraci prawo odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
  3. Za chwilę rozpoczęcia spełniania świadczenia w przypadku Treści lub Usług cyfrowych uznaje się moment doręczenia Klientowi wiadomości e—mail z instrukcją pobrania lub uzyskania dostępu do Treści lub Usług cyfrowych, chyba że zastrzeżono inaczej.
  4. Aby zachować termin do odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych, wystarczy, aby Konsument wysłał do Sprzedawcy informację dotyczącą wykonania przysługującego Konsumentowi prawa odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych przed upływem terminu do odstąpienia od tej Umowy np. poprzez wiadomość e-mail na adres: kontakt@medibrand.pl.
  5. W przypadku Usług cyfrowych odpłatnych, jeżeli żądanie rozpoczęcia świadczenia Usług cyfrowych miało miejsce przed upływem terminu do odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych, Konsument zobowiązany jest zapłacić kwotę proporcjonalną do zakresu świadczeń spełnionych do chwili, w której poinformował Sprzedawcę o odstąpieniu od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
  6. Aby zachować termin do odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych, wystarczy, aby Konsument wysłał do Sprzedawcy informację dotyczącą wykonania przysługującego Konsumentowi prawa odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych przed upływem terminu do odstąpienia od Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych np. poprzez wiadomość e-mail na adres: kontakt@medibrand.pl.

#### **X. Postępowanie w przypadku Klientów nie będących Konsumentami**

1. Klientowi niebędącym Konsumentem nie przysługuje prawo odstąpienia od Umowy Sprzedaży lub o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
2. Zgodnie z art. 558 § 1 Kodeksu Cywilnego odpowiedzialność Sprzedawcy z tytułu rękojmi wobec Klienta niebędącego Konsumentem zostaje wyłączona.
3. Wszelkie spory powstałe pomiędzy Sprzedającym, a Klientem niebędącym Konsumentem zostają poddane sądowi właściwemu ze względu na siedzibę Sprzedawcy.
4. W odniesieniu do Klientów niebędących Konsumentami Sprzedawca może dokonać zmiany Regulaminu w każdym czasie na podstawie powszechnie obowiązujących przepisów prawa.

#### **IX. Gwarancja**

1. Towary sprzedawane przez Sprzedawcę mogą być objęte gwarancją udzieloną przez odpowiedniego producenta bądź dystrybutora. Jeśli na Towary została udzielona gwarancja, szczegółowe warunki gwarancji i czas jej trwania są podane w karcie gwarancyjnej wystawionej przez gwaranta, dołączonej do Towaru.
2. Sprzedawca nie udziela żadnej gwarancji na jakiegokolwiek sprzedawane Towary.
3. W przypadku Towaru, objętego gwarancją dystrybutora lub producenta, Klient może reklamować towar posiadający wady:
  - a. korzystając z uprawnień wynikających z udzielonej gwarancji. W takich okolicznościach Klient obowiązany jest dokonać reklamacji bezpośrednio do gwaranta, Sprzedawca jest tylko pośrednikiem przekazującym złożoną reklamację. Klient według swego wyboru może zgłosić się bezpośrednio do serwisu gwarancyjnego albo do Sprzedawcy,
  - b. korzystając z uprawnień przysługujących Klientowi wobec Sprzedawcy w związku z niezgodnością Towaru z Umową Sprzedaży.

#### **X. Odpowiedzialność**

1. Sklep uprzedza, że może nastąpić przerwa lub zakłócenie w świadczeniu usług drogą elektroniczną i udostępnianiu strony internetowej Sklepu Internetowego, której powodem może być:
  - a. modyfikacja, modernizacja, rozbudowa lub konserwacja systemu teleinformatycznego lub oprogramowania Sprzedawcy,
  - b. siła wyższa, działania lub zaniechania osób trzecich (działania niezależne od Sklepu Internetowego).
2. Sklep ponosi odpowiedzialność z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy Sprzedaży.
3. Sklep nie ponosi odpowiedzialności za niemożliwość lub utrudnienia w korzystaniu ze Sklepu Internetowego, wynikające z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Klienta, w szczególności za utratę przez Klienta lub wejście w posiadanie przez osoby trzecie (z winy Klienta) jego Hasła. Sklep Internetowy ponosi jednak odpowiedzialność, jeśli utrata przez Klienta lub wejście w posiadanie przez osoby trzecie jego Hasła nastąpiło z przyczyn zawinionych przez Sklep Internetowy lub przyczyn, za które Sklep Internetowy ponosi odpowiedzialność.

4. Sklep Internetowy nie ponosi odpowiedzialności z tytułu szkód spowodowanych działaniami lub zaniechaniami Klientów, w szczególności za korzystanie przez nich ze Sklepu Internetowego w sposób niezgodny z obowiązującymi przepisami prawa lub Regulaminem.
5. Wyłącznym źródłem zobowiązań Sklepu Internetowego jest niniejszy Regulamin oraz bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa.

## **XI. Karta Podarunkowa**

1. Karta Podarunkowa to środek płatniczy w Sklepie. Karty Podarunkowe można uzyskać i zrealizować w Sklepie.
2. Dostępne są dwa rodzaje Kart: elektroniczna oraz papierowa. Karta w postaci elektronicznej wystawiana jest w formacie PDF i wysyłana na wskazany przez Klienta adres poczty elektronicznej. Karta w postaci fizycznej wysyłana jest wybraną przez Klienta metodą, na wskazany przez Klienta adres dostawy. Koszt dostawy Karty w postaci fizycznej Koszty dostawy Produktu są wskazywane Klientowi na stronie Sklepu w zakładce „Dostawa i płatność” oraz w trakcie składania Zamówienia.
3. Każda Karta Podarunkowa ma nadany unikatowy kod. Płatności można dokonać tylko jeden za pomocą tej samej Karty Podarunkowej.
4. Kartę Podarunkową można zrealizować w terminie 6 miesięcy od daty jej nabycia.
5. Środki dostępne na Karcie Podarunkowej nie podlegają wymianie na środki pieniężne w całości lub w części.
6. Karta Podarunkowa nie podlega zwrotowi.
7. W przypadku gdy wartość zamówienia przewyższa wartość Karty, system poprosi o dopłatę inną formą płatniczą.
8. Podczas jednej transakcji można użyć maksymalnie dwóch Kart Podarunkowych.
9. W przypadku gdy wartość zamówienia jest niższa od wartości Karty, środki niewykorzystane przepadają i nie przysługują ich zwrot ani możliwość realizacji przy innej transakcji.
10. Karta Podarunkowa wydawana jest na okaziciela, więc może korzystać z niej osoba aktualnie ją posiadająca. Sprzedawca nie obsługuje zgłoszeń zastrzeżenia Karty lub wydania duplikatu Karty.
11. Aby skorzystać z Karty Podarunkowej należy dodać wybrane produkty do koszyka, a następnie wpisać kod z Karty Podarunkowej w polu „kod rabatowy”.
12. Wszelkie reklamacje związane z zakupem Towarów przy użyciu Karty Podarunkowej rozpatrywane są przez Sprzedawcę zgodnie z procedurami reklamacyjnymi opisanymi w Regulaminie Sklepu.
13. Odstąpienie od umowy sprzedaży Towarów zakupionych przy użyciu Karty Podarunkowej rozpatrywane jest przez Sprzedawcę zgodnie z procedurami odstąpienia opisanymi w Regulaminie Sklepu.
14. Kwota należna z tytułu odstąpienia od umowy sprzedaży lub uznania reklamacji, za którą zapłacono Kartą Podarunkową zasila Kartę Podarunkową i nie podlega zwrotowi w formie środków pieniężnych. Kwota pozostaje do wykorzystania do momentu upływu terminu ważności Karty przy jej pierwotnym zakupie.
15. Wydanie Karty Podarunkowej nie stanowi sprzedaży opodatkowanej podatkiem od towarów i usług (VAT) w rozumieniu obowiązujących przepisów prawa podatkowego. Dokument sprzedaży wydawany jest w momencie nabycia Produktów w Sklepie.

## **XII. Newsletter**

1. W celu korzystania z usługi Newslettera, Klient powinien wypełnić formularz dostępny w Sklepie internetowym poprzez podanie swojego adresu e-mail. Niedozwolone jest korzystanie z adresu e-mail, z którego korzysta inna osoba.
2. Użytkownik zobowiązany jest potwierdzić zamówienie usługi Newslettera poprzez kliknięcie linku potwierdzającego skierowanego na adres e-mail wskazany w formularzu.
3. Podanie przez Subskrybenta adresu e-mail jest konieczne do wykonania usługi Newslettera.
4. Usługa Newslettera jest dobrowolna, nieodpłatna i świadczona wyłącznie po dokonaniu subskrypcji.
5. Usługa Newslettera polega na dostarczaniu treści dotyczących Sprzedawcy, jego oferty, aktualności, produktów i marki. Newsletter zawiera informacje handlowe i marketingowe Sprzedawcy.
6. Newsletter jest wysyłany cyklicznie przez czas nieoznaczony, do momentu zakończenia korzystania z usługi lub świadczenia usługi Newslettera przez Sprzedawcę.
7. Rezygnacja z Usługi Newslettera możliwa jest w każdej chwili poprzez kliknięcie w link dezaktywacyjny znajdujący się w każdej wiadomości e-mail wysłanej do Użytkownika w ramach usługi Newslettera lub poprzez wysyłkę rezygnacji na adres e-mail: kontakt@medibrand.pl.
8. Sprzedawca może zrezygnować ze świadczenia usługi Newslettera w każdym momencie.

## **XIII. Postanowienia końcowe**

- a.c.1. Niniejszy regulamin obowiązuje od dnia 31.03.2023r.
- a.c.2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszym Regulaminie mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego, ustawy o prawach konsumenta oraz odpowiednie przepisy powszechnie obowiązującego prawa.

Regulamin nie wyłącza oraz nie ogranicza żadnych uprawnień Konsumenta, które przysługują mu na mocy bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa. W przypadku sprzeczności pomiędzy postanowieniami Regulaminu, a bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa pierwszeństwo mają te przepisy. Postanowienia Umów Sprzedaży mniej korzystne dla Konsumenta niż postanowienia ustawy o prawach konsumenta są nieważne, a w ich miejsce stosuje się przepisy tej ustawy.

- a.c.3. Sprzedawca zastrzega sobie prawo do zmiany postanowień niniejszego Regulaminu zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa.
- a.c.4. W przypadku dokonania zmian w Regulaminie, Sprzedawca udostępni tekst jednolity Regulaminu poprzez publikację w Sklepie Internetowym. Zmiana Regulaminu wchodzi w życie w terminie 14 dni od dnia opublikowania nowego Regulaminu w Sklepie Internetowym. Ponadto Sprzedawca poinformuje Klienta na 14 dni przed wejściem w życie nowego Regulaminu o zmianie Regulaminu, za pomocą wiadomości przesłanej drogą elektroniczną zawierającej odnośnik do tekstu zmienionego Regulaminu, na adres e-mail przypisany do Konta Klienta. W razie, gdy Klient nie akceptuje nowej treści Regulaminu obowiązany jest zawiadomić o tym fakcie Sprzedawcę w ciągu 14 dni od daty poinformowania o zmianie Regulaminu, co skutkuje rozwiązaniem Umowy o dostarczanie Treści lub Usług cyfrowych.
- a.c.5. Klienci, którzy dokonali zakupu danego Towaru przed wejściem w życie zmian Regulaminu, obowiązują Regulamin w wiążący w dacie złożenia Zamówienia.
- a.c.6. Wszelkie spory mogące powstać w związku z Umową Sprzedaży zawartą pomiędzy Klientem będącym Konsumentem, a Sprzedawcą na zasadach określonych w Regulaminie, będą rozstrzygane przez właściwy sąd powszechny. Wszelkie spory powstałe pomiędzy Sprzedawcą, a Klientem będącym Przedsiębiorcą zostają poddane sądowi właściwemu ze względu na siedzibę Sprzedawcy.