Instytut Nauk Interdyscyplinarnych
im. Sir Rogera Penrose'a

Regulamin sklepu internetowego inipenrose.org

regulamin sprzedaży publikacji drukowanych,
publikacji cyfrowych, książek popularnonaukowych,
raportów analitycznych, subskrypcji
oraz pakietów dostępu Instytutu

Niniejszy Regulamin został przyjęty
uchwałą Zarządu Instytutu nr 2/07/2026
z dnia 7 października 2026 r.
i obowiązuje od dnia ogłoszenia.

Wersja 0.2

Wieliczka 2026

Spis treści

1 Postanowienia wstępne 2

2 Definicje 3

3 Kontakt ze Sprzedawcą 4

4 Wymagania techniczne 4

5 Informacje ogólne o Produktach i cenach 5

6 Licencje i zasady korzystania z publikacji 6

7 Zakładanie Konta w Sklepie 7

8 Zasady składania Zamówienia 7

9 Metody płatności i dostawy 8

10 Wykonanie umowy 9

11 Treści cyfrowe, usługi cyfrowe i zgoda na natychmiastowe dostarczenie 10

12 Prawo odstąpienia od umowy i zwroty 10

13 Reklamacje i zgodność Produktu z umową 13

14 Dane osobowe 14

15 Pozasądowe sposoby rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń 15

16 Zmiany Regulaminu 15

17 Postanowienia końcowe 16

1. Postanowienia wstępne

1. Sklep internetowy dostępny pod adresem **https://inipenrose.org** prowadzony jest przez Instytut Nauk Interdyscyplinarnych im. Sir Rogera Penrose'a, z siedzibą w Wieliczce, 32-020 Wieliczka, ul. Krakowska 19, wpisany do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: **0000921204**, NIP: **6832117224**, REGON: **520064411**, zwany dalej Sprzedawcą albo Instytutem.

2. Niniejszy Regulamin określa zasady korzystania ze Sklepu internetowego, składania zamówień, zawierania umów sprzedaży oraz umów o dostarczanie treści cyfrowych lub usług cyfrowych, a także zasady płatności, dostawy, realizacji zamówień, reklamacji, odstąpienia od umowy, zwrotów oraz korzystania z produktów oferowanych przez Instytut.

3. Regulamin skierowany jest do Konsumentów, Przedsiębiorców na prawach konsumenta oraz Przedsiębiorców korzystających ze Sklepu.

4. Za pośrednictwem Sklepu Instytut może sprzedawać w szczególności:

   a) książki popularnonaukowe w wersji drukowanej,

   b) książki popularnonaukowe w wersji cyfrowej,

   c) raporty analityczne,

   d) tomy regularne serii Raport K*,

   e) tomy specjalne serii Raport K*,

   f) monografie,

   g) publikacje metodologiczne,

   h) pliki PDF,

   i) e-booki,

   j) subskrypcje publikacji,

   k) pakiety dostępu,

   l) dostęp do czytelni cyfrowej, jeżeli zostanie uruchomiona,

   m) inne publikacje, materiały lub usługi wskazane w Sklepie.

5. Sprzedaż publikacji cyfrowych, plików PDF, subskrypcji, pakietów dostępu oraz ewentualnego dostępu do czytelni cyfrowej odbywa się z uwzględnieniem właściwych warunków licencji opublikowanych przez Instytut.

6. Regulamin jest udostępniany Klientowi nieodpłatnie przed zawarciem umowy, w sposób umożliwiający jego pozyskanie, odtwarzanie i utrwalanie.

7. Korzystanie ze Sklepu oznacza akceptację zasad technicznych niezbędnych do jego prawidłowego działania. Złożenie Zamówienia wymaga zaakceptowania Regulaminu oraz, jeżeli dotyczy, właściwych warunków licencji.

2. Definicje

Na potrzeby niniejszego Regulaminu przyjmuje się następujące znaczenie pojęć:

1. **Sprzedawca** albo **Instytut** – Instytut Nauk Interdyscyplinarnych im. Sir Rogera Penrose'a, z siedzibą w Wieliczce, 32-020 Wieliczka, ul. Krakowska 19, KRS: 0000921204, NIP: 6832117224, REGON: 520064411, prowadzący Sklep internetowy pod adresem **https://inipenrose.org**.
2. **Sklep** – sklep internetowy prowadzony przez Sprzedawcę pod adresem **https://inipenrose.org**.
3. **Klient** – każdy podmiot dokonujący zakupów albo korzystający ze Sklepu.
4. **Konsument** – osoba fizyczna zawierająca ze Sprzedawcą umowę niezwiązaną bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.
5. **Przedsiębiorca** – osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową.
6. **Przedsiębiorca na prawach konsumenta** – osoba fizyczna zawierająca ze Sprzedawcą umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, jeżeli z treści tej umowy wynika, że nie ma ona dla tej osoby charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej.
7. **Regulamin** – niniejszy regulamin Sklepu internetowego.
8. **Produkt** – rzecz, treść cyfrowa, usługa cyfrowa, publikacja, subskrypcja, pakiet dostępu albo inne świadczenie oferowane w Sklepie.
9. **Publikacja drukowana** – rzecz ruchoma w postaci fizycznego egzemplarza książki, raportu, tomu, monografii albo innej publikacji Instytutu.
10. **Treść cyfrowa** – dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej, w szczególności plik PDF, publikacja elektroniczna, raport cyfrowy, e-book, plik do pobrania albo inny materiał cyfrowy niezapisany na nośniku materialnym.
11. **Usługa cyfrowa** – usługa pozwalająca Klientowi na wytwarzanie, przetwarzanie, przechowywanie lub dostęp do danych w postaci cyfrowej albo wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, w szczególności dostęp do czytelni cyfrowej Instytutu, jeżeli taka usługa zostanie uruchomiona.
12. **Subskrypcja** – odpłatny dostęp do określonego zakresu publikacji, tomów regularnych, tomów specjalnych, treści cyfrowych, publikacji drukowanych albo innych świadczeń Instytutu przez czas określony w opisie Produktu.
13. **Pakiet dostępu** – określony w opisie Produktu zakres publikacji, formatów, wersji językowych, tomów regularnych, tomów specjalnych albo innych materiałów objętych zakupem.
14. **Raport K*** – seria specjalistycznych publikacji analitycznych Instytutu poświęconych analizie systemowej technologii, cywilizacji, procesów społecznych, gospodarczych, politycznych, naukowych, strategicznych i złożonych zjawisk transformacyjnych.

15. **Licencja** – warunki korzystania z publikacji, treści cyfrowej, raportu, subskrypcji albo pakietu dostępu, określone w odrębnym dokumencie licencyjnym Instytutu.
16. **Konto** – konto Klienta w Sklepie, w którym mogą być gromadzone dane podane przez Klienta oraz informacje o złożonych Zamówieniach.
17. **Formularz rejestracji** – formularz dostępny w Sklepie, umożliwiający utworzenie Konta.
18. **Formularz zamówienia** – interaktywny formularz dostępny w Sklepie, umożliwiający złożenie Zamówienia.
19. **Koszyk** – element oprogramowania Sklepu, w którym widoczne są wybrane przez Klienta Produkty oraz dane Zamówienia.
20. **Zamówienie** – oświadczenie woli Klienta składane za pomocą Formularza zamówienia i zmierzające bezpośrednio do zawarcia umowy ze Sprzedawcą.
21. **Umowa zawarta na odległość** – umowa zawarta z Klientem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron.
22. **Umowa sprzedaży** – umowa sprzedaży Produktu zawierana albo zawarta między Klientem a Sprzedawcą za pośrednictwem Sklepu. W zależności od charakteru Produktu przez Umowę sprzedaży rozumie się także umowę o dostarczanie treści cyfrowej, umowę o świadczenie usługi cyfrowej, umowę o świadczenie usług albo inną umowę właściwą dla danego Produktu.

3. Kontakt ze Sprzedawcą

1. Adres Sprzedawcy: **Instytut Nauk Interdyscyplinarnych im. Sir Rogera Penrose'a, 32-020 Wieliczka, ul. Krakowska 19**.
2. Adres e-mail do kontaktu: **contact@inipenrose.org**.
3. Numer telefonu Sprzedawcy: **574462267**.
4. Numer rachunku bankowego Sprzedawcy: **17 1600 1420 1808 5819 6000 0001**.
5. Klient może porozumiewać się ze Sprzedawcą za pomocą danych kontaktowych wskazanych w niniejszym paragrafie.
6. Sprzedawca może wskazać na stronie Sklepu dodatkowe kanały kontaktu, w szczególności formularz kontaktowy albo adresy e-mail przeznaczone do określonych spraw.
7. Jeżeli Sprzedawca wskazuje godziny kontaktu telefonicznego na stronie Sklepu, kontakt telefoniczny jest obsługiwany w tych godzinach. Kontakt e-mailowy może być kierowany bez ograniczeń czasowych.

4. Wymagania techniczne

1. Do korzystania ze Sklepu, przeglądania asortymentu oraz składania Zamówień niezbędne są:
   a) urządzenie końcowe z dostępem do Internetu,

b) aktualna przeglądarka internetowa,

c) aktywne konto poczty elektronicznej,

d) włączona obsługa plików cookies w zakresie niezbędnym do działania Sklepu,

e) możliwość odczytu wiadomości e-mail,

f) w przypadku treści cyfrowych – oprogramowanie umożliwiające otwieranie plików PDF albo innych formatów wskazanych w opisie Produktu.

2. Do korzystania z publikacji cyfrowych może być konieczne posiadanie programu do odczytu plików PDF albo aktualnej przeglądarki internetowej umożliwiającej wyświetlanie plików PDF lub innych formatów wskazanych w opisie Produktu.

3. Jeżeli w przyszłości Instytut uruchomi czytelnię cyfrową, dostęp do niej może wymagać posiadania Konta, połączenia internetowego, aktualnej przeglądarki oraz spełnienia dodatkowych wymagań technicznych wskazanych w opisie usługi.

4. Sprzedawca informuje, że publikacje cyfrowe mogą zawierać indywidualne oznaczenia egzemplarza, znaki wodne, metadane, oznaczenia licencji, numer zamówienia albo inne zabezpieczenia techniczne.

5. Usuwanie, obchodzenie albo modyfikowanie zabezpieczeń technicznych lub oznaczeń egzemplarzy jest zabronione, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.

5. Informacje ogólne o Produktach i cenach

1. Informacje o Produktach dostępnych w Sklepie, ich cenach, wersjach, formatach, licencjach, czasie dostępu, warunkach subskrypcji, kosztach dostawy oraz sposobach płatności są podawane na stronach Sklepu.

2. Ceny podane w Sklepie są cenami brutto, zawierającymi podatki, jeżeli są należne zgodnie z obowiązującymi przepisami.

3. Ceny podawane w Sklepie są wyrażone w złotych polskich (PLN). W przypadku płatności kartami płatniczymi walutą rozliczeń transakcji jest zawsze PLN.

4. Na końcową kwotę do zapłaty przez Klienta składa się cena Produktu oraz ewentualne koszty dostawy, wysyłki lub obsługi technicznej. Klient jest informowany o wszelkich pobieranych opłatach przed złożeniem Zamówienia.

5. Informacja o wszelkich pobieranych opłatach, w tym szczegółowe koszty oraz metody dostawy publikacji drukowanych, są podawane w widoczny sposób na podstronach Sklepu, w zakładce informacyjnej dotyczącej dostaw oraz każdorazowo w Koszyku przed sfinalizowaniem zakupu.

6. W przypadku treści cyfrowych dostarczanych drogą elektroniczną koszty dostawy nie są naliczane, chyba że opis Produktu wyraźnie stanowi inaczej.

7. W przypadku Subskrypcji końcową ceną jest cena wskazana dla wybranego okresu subskrypcyjnego, zakresu licencji, liczby użytkowników, formatu albo innego wariantu Produktu.

8. Jeżeli cena Produktu jest obniżona, Sprzedawca podaje informację o najniższej cenie tego Produktu z okresu 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, o ile taki obowiązek wynika z przepisów prawa.

9. Jeżeli cena jest indywidualnie dostosowywana na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, Sprzedawca poinformuje o tym Klienta najpóźniej przed złożeniem Zamówienia, o ile taki mechanizm będzie stosowany.

10. Sprzedawca nie stosuje indywidualnego dostosowywania cen na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, chyba że informacja przeciwna zostanie wyraźnie podana w Sklepie.

11. Zdjęcia, wizualizacje, makiety okładek, grafiki i opisy Produktów mają charakter informacyjny. W przypadku publikacji drukowanych ostateczny wygląd egzemplarza może nieznacznie różnić się od wizualizacji, jeżeli nie wpływa to na treść merytoryczną Produktu.

12. Publikacje cyfrowe oraz drukowane są chronione prawem autorskim. Zakup Produktu nie oznacza nabycia autorskich praw majątkowych, lecz wyłącznie uzyskanie prawa korzystania z Produktu w zakresie określonym właściwą Licencją.

6. Licencje i zasady korzystania z publikacji

1. Publikacje Instytutu udostępniane są na podstawie właściwych Licencji, w szczególności:
   a) Licencji Individual,
   b) Licencji Expert,
   c) Licencji Institutional Single-Copy,
   d) Licencji Team / Departmental,
   e) Licencji Library,
   f) Licencji Academic / Teaching,
   g) Licencji Corporate / Strategic,
   h) Warunków Pakietu Premium / Strategic,
   i) innych licencji albo warunków wskazanych przez Instytut.

2. Właściwa Licencja określa, kto może korzystać z publikacji, w jakim zakresie, w jakim celu oraz jakie ograniczenia dotyczą dalszego udostępniania Produktu.

3. Klient powinien zapoznać się z właściwą Licencją przed zakupem Produktu.

4. Subskrypcja określa przede wszystkim okres dostępu, liczbę tomów, wariant Produktu albo zakres publikacji objętych dostępem. Licencja określa natomiast sposób korzystania z publikacji.

5. Zakup Produktu nie uprawnia do redystrybucji publikacji, przesyłania plików PDF osobom trzecim, umieszczania publikacji w repozytoriach, intranecie, systemach zespołowych, platformach edukacyjnych, bibliotekach cyfrowych albo zasobach wspólnych, chyba że właściwa Licencja wyraźnie na to pozwala.
6. Zakup publikacji cyfrowej nie uprawnia do usuwania oznaczeń egzemplarza, znaków wodnych, metadanych, zabezpieczeń technicznych ani informacji o Licencji.
7. Szczegółowe warunki korzystania z Produktu mogą wynikać także z opisu Produktu, indywidualnej oferty, faktury, dokumentu licencyjnego albo odrębnej umowy.

7. Zakładanie Konta w Sklepie

1. Sklep może umożliwiać założenie Konta.
2. Założenie Konta jest dobrowolne i nieodpłatne, chyba że opis konkretnej usługi wyraźnie stanowi inaczej.
3. Założenie Konta może być wymagane do korzystania z wybranych funkcji Sklepu, subskrypcji, historii zamówień, udostępnionych treści cyfrowych albo przyszłej czytelni cyfrowej.
4. Aby założyć Konto, należy wypełnić Formularz rejestracji oraz podać dane wymagane przez Sklep.
5. Logowanie do Konta odbywa się poprzez podanie danych uwierzytelniających ustanowionych podczas rejestracji.
6. Klient zobowiązany jest do zachowania poufności danych logowania i nieudostępniania ich osobom trzecim.
7. Klient może w każdej chwili zażądać usunięcia Konta, wysyłając żądanie na adres **contact@inipenrose.org**, z zastrzeżeniem danych, które Sprzedawca jest zobowiązany przechowywać na podstawie przepisów prawa, w szczególności przepisów podatkowych i rachunkowych.

8. Zasady składania Zamówienia

1. W celu złożenia Zamówienia Klient powinien:
   a) wybrać Produkt,
   b) wybrać właściwy wariant Produktu, jeżeli Produkt występuje w wariantach,
   c) zapoznać się z opisem Produktu, ceną, warunkami dostawy, właściwą Licencją oraz Regulaminem,
   d) dodać Produkt do Koszyka,
   e) podać dane niezbędne do realizacji Zamówienia,
   f) wybrać sposób płatności,

g) zaakceptować Regulamin oraz, jeżeli dotyczy, właściwe warunki Licencji,

h) w przypadku treści cyfrowych albo usług cyfrowych, jeżeli Klient chce otrzymać Produkt przed upływem terminu do odstąpienia od umowy – złożyć wymagane zgody i oświadczenia,

i) kliknąć przycisk finalizujący zamówienie, oznaczony w sposób jednoznacznie wskazujący na obowiązek zapłaty, np. „Zamawiam i płacę".

2. Do momentu złożenia Zamówienia Klient ma możliwość modyfikacji danych Zamówienia.
3. Złożenie Zamówienia oznacza złożenie Sprzedawcy oferty zawarcia umowy dotyczącej Produktu objętego Zamówieniem.
4. Po złożeniu Zamówienia Sprzedawca przesyła Klientowi wiadomość e-mail potwierdzającą otrzymanie Zamówienia.
5. Umowa zostaje zawarta z chwilą przesłania Klientowi przez Sprzedawcę potwierdzenia przyjęcia Zamówienia do realizacji, chyba że opis Produktu albo indywidualne warunki Zamówienia stanowią inaczej.

9. Metody płatności i dostawy

1. Dostępne metody płatności są wskazywane Klientowi w Sklepie przed złożeniem Zamówienia.
2. Sprzedawca może udostępniać w szczególności następujące metody płatności:
   a) przelew tradycyjny na rachunek bankowy Sprzedawcy,
   b) płatności elektroniczne,
   c) płatność kartą płatniczą,
   d) inne metody płatności wskazane w Sklepie.
3. Rozliczenia płatności elektronicznych mogą być prowadzone za pośrednictwem zewnętrznego operatora płatności wskazanego w Sklepie, w szczególności **Tpay**.
4. W przypadku płatności przelewem Klient powinien dokonać płatności w terminie 7 dni od dnia złożenia Zamówienia, chyba że opis Produktu albo indywidualne ustalenia stanowią inaczej.
5. Brak płatności w terminie może skutkować anulowaniem Zamówienia.
6. Dostawa Produktów może odbywać się, zależnie od rodzaju Produktu:
   a) drogą elektroniczną, w szczególności przez wysyłkę pliku albo linku na adres e-mail Klienta,
   b) przez udostępnienie pliku w Koncie Klienta,
   c) przez dostęp do czytelni cyfrowej, jeżeli taka usługa zostanie uruchomiona,
   d) przesyłką pocztową,

e) przesyłką kurierską,

f) w inny sposób wskazany w opisie Produktu.

7. Dostawa Produktów drukowanych odbywa się na terytorium wskazanym w Sklepie. Jeżeli Sklep dopuszcza wysyłkę zagraniczną, koszty i warunki takiej wysyłki są wskazywane przed złożeniem Zamówienia.

8. Koszty dostawy Produktów drukowanych ponosi Klient, chyba że opis Produktu, promocja albo indywidualna oferta stanowi inaczej.

9. Treści cyfrowe dostarczane drogą elektroniczną nie wymagają fizycznej dostawy.

10. Wykonanie umowy

1. Sprzedawca przystępuje do realizacji Zamówienia po zawarciu umowy oraz po otrzymaniu płatności, chyba że opis Produktu albo indywidualne ustalenia stanowią inaczej.

2. W przypadku Produktów drukowanych termin realizacji Zamówienia jest wskazywany w opisie Produktu albo w trakcie składania Zamówienia.

3. W przypadku Produktów drukowanych dostępnych w przedsprzedaży, druku na żądanie albo przygotowywanych w małym nakładzie termin realizacji może być dłuższy i powinien zostać wskazany w opisie Produktu.

4. W przypadku treści cyfrowych Sprzedawca udostępnia Produkt na adres e-mail Klienta, przez link, przez Konto Klienta, przez umożliwienie wyświetlenia, otwarcia lub pobrania treści cyfrowej albo w inny sposób wskazany w opisie Produktu.

5. W przypadku Subskrypcji Sprzedawca dostarcza publikacje objęte Subskrypcją w miarę ich publikowania, zgodnie z opisem danego Produktu.

6. Jeżeli Subskrypcja obejmuje określoną maksymalną liczbę tomów regularnych albo specjalnych, oznacza to maksymalny zakres dostępu, a nie bezwzględne zobowiązanie Instytutu do publikacji określonej liczby tomów, chyba że opis Produktu wyraźnie stanowi inaczej.

7. Jeżeli w okresie Subskrypcji Instytut opublikuje mniej tomów specjalnych, niż przewiduje maksymalny limit pakietu, Klient otrzymuje dostęp do tomów faktycznie opublikowanych, bez roszczenia o publikację dodatkowych tomów, zwrot części ceny albo przedłużenie Subskrypcji, chyba że opis Produktu albo indywidualna umowa stanowi inaczej.

8. Jeżeli w okresie Subskrypcji Instytut opublikuje więcej tomów specjalnych niż obejmuje Subskrypcja, Klient może nabyć dodatkowe tomy na warunkach preferencyjnych, jeżeli przewiduje to opis Produktu.

9. Instytut zastrzega sobie prawo do zmiany harmonogramu publikacji z przyczyn merytorycznych, redakcyjnych, organizacyjnych, technicznych albo z powodu potrzeby zachowania jakości publikacji.

10. Klient powinien niezwłocznie sprawdzić, czy uzyskał dostęp do Produktu cyfrowego, w szczególności czy może wyświetlić, otworzyć albo pobrać treść cyfrową, oraz poinformować Sprzedawcę o ewentualnych problemach technicznych.

11. Treści cyfrowe, usługi cyfrowe i zgoda na natychmiastowe dostarczenie

1. Jeżeli przedmiotem umowy jest treść cyfrowa niedostarczana na nośniku materialnym, w szczególności plik PDF, e-book, raport cyfrowy albo publikacja elektroniczna, Klient może otrzymać dostęp do takiej treści przed upływem 14-dniowego terminu odstąpienia od umowy wyłącznie po złożeniu wymaganych prawem zgód i oświadczeń.
2. W celu natychmiastowego otrzymania treści cyfrowej Konsument albo Przedsiębiorca na prawach konsumenta powinien wyrazić zgodę na rozpoczęcie spełniania świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy oraz przyjąć do wiadomości informację o utracie prawa odstąpienia od umowy po rozpoczęciu spełniania świadczenia przez Sprzedawcę.
3. Zgoda, o której mowa w ustępie poprzednim, może zostać złożona przez zaznaczenie odpowiedniego pola wyboru w procesie składania Zamówienia.
4. Przykładowa treść zgody może brzmieć:

   „Wyrażam zgodę na udostępnienie treści cyfrowej przed upływem 14-dniowego terminu odstąpienia od umowy, w szczególności przez przesłanie pliku lub linku, udostępnienie treści w Koncie Klienta albo umożliwienie jej wyświetlenia, otwarcia lub pobrania, i przyjmuję do wiadomości, że po rozpoczęciu spełniania świadczenia przez Sprzedawcę utracę prawo odstąpienia od umowy w zakresie tej treści cyfrowej."
5. Jeżeli Klient nie wyrazi zgody na natychmiastowe dostarczenie treści cyfrowej, Sprzedawca może wstrzymać dostarczenie treści cyfrowej do czasu upływu terminu odstąpienia od umowy, chyba że opis Produktu albo przepisy prawa stanowią inaczej.
6. W przypadku usług cyfrowych, w szczególności przyszłej czytelni cyfrowej, Sprzedawca rozpoczyna świadczenie usługi zgodnie z opisem Produktu oraz przepisami prawa, po uzyskaniu zgód wymaganych w przypadku rozpoczęcia świadczenia przed upływem terminu odstąpienia od umowy.
7. Sprzedawca potwierdza Klientowi zawarcie umowy, treść Zamówienia oraz zgody dotyczące treści cyfrowych lub usług cyfrowych na trwałym nośniku, w szczególności za pomocą wiadomości e-mail.

12. Prawo odstąpienia od umowy i zwroty

1. Konsument oraz Przedsiębiorca na prawach konsumenta mogą co do zasady odstąpić od umowy zawartej na odległość w terminie 14 dni bez podania przyczyny, chyba że zachodzi ustawowy wyjątek od prawa odstąpienia.
2. W przypadku umowy sprzedaży Produktu drukowanego termin do odstąpienia od umowy biegnie od dnia objęcia Produktu w posiadanie przez Konsumenta, Przedsiębiorcę na prawach konsumenta albo wskazaną przez nich osobę trzecią inną niż przewoźnik.
3. W przypadku umowy obejmującej wiele Produktów drukowanych dostarczanych osobno, partiami albo w częściach, termin biegnie od objęcia w posiadanie ostatniego Produktu, partii albo części.

4. W przypadku umowy polegającej na regularnym dostarczaniu Produktów drukowanych przez czas oznaczony, termin biegnie od objęcia w posiadanie pierwszego z Produktów.
5. W przypadku umowy o dostarczanie treści cyfrowej albo usługi cyfrowej termin do odstąpienia od umowy biegnie od dnia zawarcia umowy, z uwzględnieniem ustawowych wyjątków dotyczących rozpoczęcia spełniania świadczenia za zgodą Klienta.
6. Aby skorzystać z prawa odstąpienia od umowy, Klient powinien poinformować Sprzedawcę o swojej decyzji w drodze jednoznacznego oświadczenia, na przykład wysłanego pocztą elektroniczną na adres **contact@inipenrose.org** albo pisemnie na adres Sprzedawcy.
7. Klient może skorzystać z ustawowego wzoru formularza odstąpienia od umowy, ale nie jest to obowiązkowe.
8. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy.
9. Sprzedawca niezwłocznie potwierdzi otrzymanie oświadczenia o odstąpieniu od umowy, jeżeli oświadczenie zostało złożone drogą elektroniczną.
10. W przypadku skutecznego odstąpienia od umowy umowę uważa się za niezawartą.
11. Sprzedawca zwróci Klientowi wszystkie otrzymane płatności, w tym koszty najtańszego zwykłego sposobu dostarczenia Produktu oferowanego przez Sprzedawcę, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy.
12. Sprzedawca może wstrzymać się ze zwrotem płatności do czasu otrzymania Produktu drukowanego z powrotem albo do czasu dostarczenia dowodu jego odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.
13. Zwrot płatności nastąpi przy użyciu takiego samego sposobu płatności, jakiego użył Klient, chyba że Klient wyraźnie zgodzi się na inny sposób zwrotu, który nie będzie wiązał się dla niego z żadnymi kosztami.
14. Klient powinien odesłać Produkt drukowany niezwłocznie, nie później niż 14 dni od dnia, w którym poinformował Sprzedawcę o odstąpieniu od umowy.
15. Klient ponosi bezpośrednie koszty zwrotu Produktu drukowanego, chyba że Sprzedawca zgodził się je ponieść albo przepisy prawa stanowią inaczej.
16. Klient odpowiada za zmniejszenie wartości Produktu drukowanego wynikające z korzystania z niego w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania Produktu.
17. Zwrot Produktu drukowanego powinien nastąpić na adres: **Instytut Nauk Interdyscyplinarnych im. Sir Rogera Penrose'a, 32-020 Wieliczka, ul. Krakowska 19**, chyba że Sprzedawca wskaże Klientowi inny adres zwrotu.
18. W przypadku Produktów drukowanych zwracany Produkt powinien zostać zabezpieczony w sposób odpowiedni do jego charakteru, tak aby ograniczyć ryzyko uszkodzenia w transporcie zwrotnym.

19. W przypadku treści cyfrowych, które nie zostały jeszcze udostępnione Klientowi, odstąpienie od umowy powoduje brak obowiązku udostępnienia treści cyfrowej oraz zwrot płatności zgodnie z niniejszym paragrafem.

20. W przypadku treści cyfrowych niedostarczanych na nośniku materialnym prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje po rozpoczęciu spełniania świadczenia przez Sprzedawcę, jeżeli Konsument albo Przedsiębiorca na prawach konsumenta wyraził uprzednią i wyraźną zgodę na rozpoczęcie spełniania świadczenia przed upływem terminu odstąpienia od umowy, został poinformowany o utracie prawa odstąpienia i przyjął tę informację do wiadomości.

21. W przypadku usług cyfrowych albo usług dostępu, w szczególności przyszłej czytelni cyfrowej, prawo odstąpienia może zostać wyłączone albo ograniczone w zakresie przewidzianym przez obowiązujące przepisy, jeżeli usługa została wykonana w pełni albo rozpoczęta za wymaganą zgodą Klienta oraz po przekazaniu Klientowi wymaganych informacji.

22. W przypadku Subskrypcji obejmującej dostarczanie treści cyfrowych albo publikacji cyfrowych w częściach, skutki odstąpienia od umowy zależą od tego, czy i w jakim zakresie Sprzedawca rozpoczął spełnianie świadczenia za zgodą Klienta skutkującą utratą prawa odstąpienia w odniesieniu do dostarczonych treści cyfrowych.

23. Jeżeli w ramach Subskrypcji Klient uzyskał już dostęp do treści cyfrowych, do których dostarczenia wyraził zgodę przed upływem terminu odstąpienia od umowy i przyjął do wiadomości utratę prawa odstąpienia, odstąpienie od umowy nie obejmuje tych treści w zakresie dopuszczalnym przez przepisy prawa.

24. Jeżeli Subskrypcja obejmuje również przyszłe treści cyfrowe, które nie zostały jeszcze dostarczone, Klient może odstąpić od umowy w zakresie niewykonanej części świadczenia, jeżeli przepisy prawa i okoliczności danej umowy przyznają mu takie prawo.

25. W razie skutecznego odstąpienia od umowy dotyczącej Subskrypcji Sprzedawca może rozliczyć świadczenia już wykonane zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz zakresem zgód udzielonych przez Klienta.

26. Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje w szczególności w odniesieniu do umów:

    a) o dostarczanie treści cyfrowej niedostarczanej na nośniku materialnym, jeżeli Sprzedawca rozpoczął spełnianie świadczenia za wyraźną i uprzednią zgodą Konsumenta albo Przedsiębiorcy na prawach konsumenta, po poinformowaniu go o utracie prawa odstąpienia od umowy i po przyjęciu przez niego tej informacji do wiadomości;

    b) o świadczenie usług, za które Konsument albo Przedsiębiorca na prawach konsumenta jest zobowiązany do zapłaty ceny, jeżeli Sprzedawca wykonał w pełni usługę za wyraźną i uprzednią zgodą Klienta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia utraci prawo odstąpienia od umowy, i przyjął to do wiadomości;

    c) w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji Klienta albo służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;

d) w której przedmiotem świadczenia są dzienniki, periodyki albo czasopisma, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;

e) w innych przypadkach wskazanych w obowiązujących przepisach prawa.

27. Jeżeli część Produktów objętych Zamówieniem została już dostarczona jako treści cyfrowe za zgodą Klienta skutkującą utratą prawa odstąpienia, odstąpienie od umowy może nie obejmować tych treści cyfrowych w zakresie dopuszczalnym przez przepisy prawa.

28. Od dnia, w którym obowiązujące przepisy będą wymagały udostępnienia funkcji odstąpienia od umowy bezpośrednio w interfejsie Sklepu, Sprzedawca udostępni Konsumentom odpowiednią funkcję elektroniczną, jeżeli obowiązek ten będzie miał zastosowanie do Sklepu.

13. Reklamacje i zgodność Produktu z umową

1. Sprzedawca jest zobowiązany dostarczyć Produkt zgodny z umową.

2. Reklamacje można składać drogą elektroniczną na adres **contact@inipenrose.org** albo pisemnie na adres Sprzedawcy.

3. Reklamacja powinna zawierać co najmniej:

   a) dane pozwalające zidentyfikować Klienta,

   b) numer Zamówienia, jeżeli został nadany,

   c) wskazanie Produktu, którego dotyczy reklamacja,

   d) opis niezgodności Produktu z umową albo innej podstawy reklamacji,

   e) żądanie Klienta, jeżeli Klient chce je wskazać.

4. Brak numeru Zamówienia albo niewskazanie żądania nie uniemożliwia rozpatrzenia reklamacji, jeżeli Sprzedawca może zidentyfikować Zamówienie i podstawę reklamacji.

5. Sprzedawca rozpatruje reklamację w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.

6. Odpowiedź na reklamację zostanie przekazana Klientowi na adres e-mail albo w inny sposób uzgodniony z Klientem.

7. W przypadku uznania reklamacji Klienta (zarówno w odniesieniu do towarów, jak i usług), skutkującej obowiązkiem zwrotu całości lub części środków, Sprzedawca dokona zwrotu płatności bez zbędnej zwłoki, nie później niż w terminie 14 dni od dnia podjęcia decyzji o uznaniu reklamacji.

8. Zwrot środków finansowych w przypadku uznania reklamacji następuje przy użyciu takiego samego sposobu płatności, jakiego użył Klient w toku transakcji pierwotnej (w tym bezpośrednio na rachunek karty płatniczej, jeśli nią dokonano wpłaty), chyba że Klient wyraźnie zgodzi się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi dodatkowymi kosztami.

9. W przypadku Konsumentów oraz Przedsiębiorców na prawach konsumenta odpowiedzialność Sprzedawcy za zgodność Produktu z umową wynika z obowiązujących przepisów prawa, w szczególności z ustawy o prawach konsumenta.

10. W przypadku Produktów drukowanych Klient może żądać doprowadzenia Produktu do zgodności z umową, a w przypadkach przewidzianych przepisami także obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy.

11. W przypadku treści cyfrowych albo usług cyfrowych Klient może żądać doprowadzenia treści cyfrowej albo usługi cyfrowej do zgodności z umową, a w przypadkach przewidzianych przepisami także obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy.

12. Reklamacja dotycząca problemów technicznych z pobraniem albo otwarciem pliku cyfrowego powinna, w miarę możliwości, zawierać opis problemu, rodzaj urządzenia, przeglądarki, systemu operacyjnego albo komunikat błędu.

13. Sprzedawca nie odpowiada za brak możliwości korzystania z treści cyfrowej wynikający z niespełnienia przez Klienta minimalnych wymagań technicznych, jeżeli wymagania te zostały wskazane przed zawarciem umowy.

14. Wobec Klientów niebędących Konsumentami ani Przedsiębiorcami na prawach konsumenta odpowiedzialność Sprzedawcy z tytułu rękojmi może zostać wyłączona w najszerszym dopuszczalnym przez prawo zakresie.

14. Dane osobowe

1. Administratorem danych osobowych Klientów jest Instytut Nauk Interdyscyplinarnych im. Sir Rogera Penrose'a, 32-020 Wieliczka, ul. Krakowska 19.

2. Dane osobowe Klientów są przetwarzane w celu obsługi Sklepu, zawarcia i wykonania umowy, realizacji Zamówienia, dostarczenia Produktu, obsługi płatności, wystawienia dokumentów księgowych, rozpatrywania reklamacji, dochodzenia roszczeń, realizacji obowiązków prawnych oraz, jeżeli Klient wyrazi odrębną zgodę, w celach marketingowych.

3. Szczegółowe informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych, podstaw prawnych, okresów przechowywania, odbiorców danych oraz praw osób, których dane dotyczą, znajdują się w Polityce prywatności Sklepu.

4. Dane osobowe mogą być przekazywane podmiotom obsługującym Sklep, hosting, płatności, księgowość, wysyłkę, systemy informatyczne, obsługę prawną, obsługę poczty elektronicznej oraz innym podmiotom, jeżeli jest to niezbędne do realizacji umowy albo obowiązków prawnych.

5. W przypadku publikacji cyfrowych dane Klienta, numer Zamówienia, typ licencji albo inne oznaczenia mogą być umieszczane w pliku cyfrowym lub jego metadanych w celu ochrony praw autorskich, identyfikacji egzemplarza i przeciwdziałania nieuprawnionej dystrybucji.

6. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale niezbędne do zawarcia i wykonania umowy w zakresie danych wymaganych w procesie składania Zamówienia.

15. Pozasądowe sposoby rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń

1. Konsument może skorzystać z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń, jeżeli są dostępne zgodnie z obowiązującymi przepisami.
2. Konsument może w szczególności zwrócić się o pomoc do właściwego miejskiego albo powiatowego rzecznika konsumentów, organizacji konsumenckiej albo Inspekcji Handlowej.
3. Informacje o dostępnych sposobach pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich można uzyskać na stronach właściwych organów publicznych zajmujących się ochroną konsumentów.
4. Sprzedawca informuje, że unijna platforma ODR została zamknięta i nie służy już do składania nowych skarg konsumenckich.

16. Zmiany Regulaminu

1. Sprzedawca może zmienić Regulamin z ważnych przyczyn, w szczególności w przypadku:
   a) zmiany przepisów prawa,
   b) zmiany danych Sprzedawcy,
   c) zmiany sposobów płatności,
   d) zmiany sposobów dostawy,
   e) zmiany funkcjonalności Sklepu,
   f) uruchomienia czytelni cyfrowej,
   g) zmiany systemu licencji,
   h) zmiany rodzaju oferowanych Produktów,
   i) konieczności doprecyzowania postanowień Regulaminu,
   j) konieczności dostosowania Regulaminu do wymagań operatorów płatności, dostawców usług technicznych albo obowiązujących standardów bezpieczeństwa.
2. Zmiana Regulaminu nie narusza praw nabytych Klientów w odniesieniu do umów zawartych przed wejściem w życie zmiany, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.
3. Do Zamówień złożonych przed zmianą Regulaminu stosuje się Regulamin obowiązujący w chwili złożenia Zamówienia, chyba że Klient i Sprzedawca uzgodnią inaczej, a zmiana nie narusza praw Klienta.
4. Aktualna wersja Regulaminu jest publikowana na stronie Sklepu.

17. Postanowienia końcowe

1. Umowy zawierane za pośrednictwem Sklepu zawierane są w języku polskim, chyba że opis Produktu, indywidualna oferta albo odrębne ustalenia przewidują również język angielski lub inny język.
2. W sprawach nieuregulowanych Regulaminem zastosowanie mają przepisy prawa polskiego, w szczególności Kodeksu cywilnego, ustawy o prawach konsumenta, ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz przepisy o ochronie danych osobowych.
3. W przypadku rozbieżności między Regulaminem a indywidualną umową zawartą z Klientem pierwszeństwo mają postanowienia indywidualnej umowy.
4. W przypadku rozbieżności między Regulaminem a szczegółową Licencją dotyczącą sposobu korzystania z publikacji pierwszeństwo mają postanowienia Licencji w zakresie korzystania z publikacji.
5. W przypadku rozbieżności między Regulaminem a opisem konkretnego Produktu pierwszeństwo ma opis Produktu w zakresie, w jakim określa on szczególne cechy Produktu, wariant, format, okres dostępu, licencję albo zakres świadczenia.
6. Niniejszy Regulamin wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.

Załącznik nr 1
Wzór formularza odstąpienia od umowy

Formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy.

Adresat:
Instytut Nauk Interdyscyplinarnych im. Sir Rogera Penrose'a
32-020 Wieliczka, ul. Krakowska 19
e-mail: **contact@inipenrose.org**

Ja/My(*) niniejszym informuję/informujemy(*) o moim/naszym(*) odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy / umowy o dostarczanie następujących treści cyfrowych / umowy o świadczenie następującej usługi(*):

Data zawarcia umowy / odbioru(*):

Imię i nazwisko Konsumenta / Przedsiębiorcy na prawach konsumenta:

Adres Konsumenta / Przedsiębiorcy na prawach konsumenta:

Adres e-mail użyty przy zamówieniu:

Numer zamówienia, jeżeli został nadany:

Data:

Podpis Konsumenta / Przedsiębiorcy na prawach konsumenta, jeżeli formularz jest przesyłany w postaci papierowej:

(*) Niepotrzebne skreślić.