

Regulamin Programu Partnerskiego everflow

Data wejścia w życie: 24 marca 2026 r.

§ 1. Postanowienia ogólne

1. Niniejszy Regulamin określa zasady uczestnictwa w programie partnerskim prowadzonym pod marką everflow, którego celem jest nawiązywanie współpracy z partnerami przekazującymi Organizatorowi informacje o potencjalnych klientach zainteresowanych realizacją usług z zakresu klimatyzacji, wentylacji, pomp ciepła oraz szeroko rozumianych instalacji HVAC.
2. Organizatorem Programu jest: **EVER PEAK Sp. z o.o.**, działająca pod marką everflow, z siedzibą pod adresem ul. Juliusza Słowackiego 37/142, 05-120 Legionowo, NIP: 5361964213, REGON: 522861896, KRS: 0000987955, e-mail: info@ever-flow.pl, zwana dalej „Organizatorem”.
3. Program jest skierowany wyłącznie do przedsiębiorców w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego, tj. podmiotów prowadzących we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową. Udział konsumentów w Programie jest wyłączony.
4. Program ma charakter B2B i nie stanowi oferty skierowanej do konsumentów.
5. Regulamin stanowi wzorzec umowy określający zasady udziału w Programie, w tym zasady zgłaszania kontaktów, przypisywania leadów, naliczania prowizji, rozliczeń, odpowiedzialności stron oraz świadczenia usług drogą elektroniczną, o ile Organizator udostępnia na Stronie formularz zgłoszeniowy lub inne funkcjonalności online.
6. Program nie tworzy stosunku pracy, zlecenia, spółki cywilnej, franczyzy, pełnomocnictwa, przedstawicielstwa handlowego ani wyłączności, chyba że strony postanowią inaczej w odrębnej pisemnej umowie.
7. Jeżeli pomiędzy Organizatorem a Partnerem zostanie zawarta odrębna pisemna umowa regulująca współpracę, postanowienia tej umowy mają pierwszeństwo przed Regulaminem w zakresie, w jakim regulują dane zagadnienie odmiennie.

§ 2. Definicje

Użyte w Regulaminie pojęcia oznaczają:

1. **Program** – program partnerski / program poleceń prowadzony przez Organizatora pod marką everflow.
 2. **Partner** – przedsiębiorca, który przystąpił do Programu zgodnie z Regulaminem i został zaakceptowany przez Organizatora.
 3. **Lead** – przekazana przez Partnera informacja o potencjalnym kliencie lub inwestycji, zawierająca co najmniej dane pozwalające na identyfikację klienta, obiektu lub tematu oraz rozpoczęcie rozmów handlowych lub technicznych.
 4. **Lead Kwalifikowany** – Lead spełniający warunki określone w Regulaminie i zaakceptowany przez Organizatora jako uprawniający do ewentualnej prowizji.
 5. **Klient** – osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, osoba prawna albo jednostka organizacyjna, która zawrze z Organizatorem umowę dotyczącą usług objętych zakresem działalności Organizatora.
 6. **Inwestycja** – konkretne przedsięwzięcie, obiekt, lokal lub zakres prac, którego dotyczy Lead.
 7. **Umowa z Klientem** – każda umowa, zamówienie, zlecenie, oferta przyjęta przez Klienta lub inny skuteczny tytuł współpracy pomiędzy Organizatorem a Klientem.
 8. **Prowizja** – wynagrodzenie należne Partnerowi na zasadach określonych w Regulaminie.
 9. **Strona** – strona internetowa Organizatora pod adresem <https://ever-flow.pl>.
 10. **Usługa Elektroniczna** – usługa świadczona drogą elektroniczną przez Organizatora, w szczególności udostępnienie formularza zgłoszeniowego, formularza kontaktowego lub innych funkcjonalności online związanych z Programem.
-

§ 3. Zakres Programu

1. Program dotyczy w szczególności tematów związanych z:
 - a. klimatyzacją,
 - b. wentylacją,
 - c. pompami ciepła,
 - d. instalacjami HVAC,
 - e. powiązanymi pracami projektowymi, wykonawczymi, serwisowymi lub modernizacyjnymi.
2. Organizator jest zainteresowany w szczególności tematami dotyczącymi obiektów o powierzchni do 500 m², w tym m.in.:
 - a. rezydencji,
 - b. biur,
 - c. sklepów,
 - d. lokali usługowych,
 - e. placówek oświatowych,

- f. przedszkoli i żłobków,
 - g. placówek publicznych,
 - h. przychodni, gabinetów i laboratoriów,
 - i. obiektów medycznych,
 - j. restauracji i obiektów gastronomicznych,
 - k. innych obiektów komercyjnych i użytkowych.
3. Powyższy katalog ma charakter przykładowy i nie ogranicza prawa Organizatora do przyjęcia lub odrzucenia zgłoszenia według własnej oceny biznesowej.
-

§ 4. Warunki przystąpienia do Programu

1. Partnerem może zostać wyłącznie podmiot, który:
 - a. jest przedsiębiorcą,
 - b. posiada pełną zdolność do czynności prawnych lub działa przez osoby należycie umocowane,
 - c. podał prawdziwe, aktualne i kompletne dane,
 - d. zaakceptował Regulamin,
 - e. został zaakceptowany przez Organizatora.
 2. Przystąpienie do Programu może nastąpić:
 - a. poprzez przesłanie zgłoszenia na adres e-mail Organizatora,
 - b. poprzez formularz dostępny na Stronie, jeżeli został udostępniony,
 - c. w inny sposób wskazany przez Organizatora.
 3. Organizator może według własnego uznania:
 - a. zaakceptować zgłoszenie,
 - b. odmówić przyjęcia Partnera do Programu,
 - c. poprosić o dodatkowe informacje lub dokumenty.
 4. Samo wysłanie zgłoszenia nie oznacza przyjęcia do Programu.
-

§ 5. Usługi świadczone drogą elektroniczną

1. Jeżeli Organizator udostępnia na Stronie funkcjonalności związane z Programem, świadczy drogą elektroniczną nieodpłatnie następujące Usługi Elektroniczne:
 - a. umożliwienie zapoznania się z informacjami o Programie,
 - b. umożliwienie przesłania zgłoszenia do Programu,
 - c. umożliwienie przesłania Leada,

- d. umożliwienie kontaktu z Organizatorem.
 - 2. Do korzystania ze Strony i Usług Elektronicznych niezbędne jest:
 - a. urządzenie z dostępem do Internetu,
 - b. aktualna przeglądarka internetowa,
 - c. aktywne konto poczty elektronicznej – jeżeli wymaga tego dana funkcjonalność,
 - d. możliwość odbioru wiadomości e-mail.
 - 3. Zakazane jest dostarczanie przez Partnera treści o charakterze bezprawnym, w szczególności:
 - a. danych nieprawdziwych,
 - b. treści naruszających prawa osób trzecich,
 - c. danych pozyskanych niezgodnie z prawem,
 - d. treści zawierających złośliwe oprogramowanie, spam, linki phishingowe lub inne zagrożenia dla bezpieczeństwa.
 - 4. Umowa o świadczenie danej Usługi Elektronicznej zostaje zawarta z chwilą rozpoczęcia korzystania z danej funkcjonalności i rozwiązuje się:
 - a. w przypadku usługi jednorazowej – z chwilą jej wykonania,
 - b. w przypadku formularza – z chwilą skutecznego wysłania zgłoszenia albo przerwania procesu jego wypełniania,
 - c. w przypadku kontaktu e-mail – z chwilą zakończenia obsługi zgłoszenia.
 - 5. Organizator może czasowo ograniczyć dostęp do Usług Elektronicznych z przyczyn technicznych, bezpieczeństwa, konserwacyjnych lub rozwojowych.
-

§ 6. Zasady zgłaszania Leadów

- 1. Partner może zgłaszać wyłącznie takie Leady, które:
 - a. dotyczą realnego, a nie pozornego zainteresowania usługami Organizatora,
 - b. zostały pozyskane zgodnie z prawem,
 - c. obejmują co najmniej minimalny zakres informacji pozwalający na ocenę zgłoszenia,
 - d. nie zostały wcześniej zgłoszone przez tego samego Partnera w sposób niekompletny lub wprowadzający w błąd.
- 2. Zgłoszenie Leada powinno zawierać – w miarę dostępności – co najmniej:
 - a. imię i nazwisko albo firmę Klienta,
 - b. numer telefonu i/lub adres e-mail do Klienta,
 - c. lokalizację inwestycji,
 - d. rodzaj obiektu,
 - e. krótki opis potrzeb Klienta,

- f. informację, czy Klient wyraził zgodę na kontakt ze strony Organizatora.
3. Partner zobowiązuje się przekazywać wyłącznie dane:
- a. prawdziwe,
 - b. aktualne,
 - c. adekwatne do celu,
 - d. pozyskane zgodnie z obowiązującym prawem, w tym z przepisami o ochronie danych osobowych.
4. Organizator ma prawo zażądać od Partnera dodatkowych informacji niezbędnych do oceny Leada.
-

§ 7. Lead Kwalifikowany i zasady przypisania

1. Lead może zostać uznany za Lead Kwalifikowany wyłącznie wtedy, gdy łącznie:
- a. został zgłoszony skutecznie i kompletnie,
 - b. dotyczy rzeczywistego zapytania lub realnej inwestycji,
 - c. nie znajduje się już w bazie Organizatora,
 - d. nie był wcześniej obsługiwany, ofertowany lub negocjowany przez Organizatora,
 - e. nie pochodzi wyłącznie z publicznie dostępnego ogłoszenia, przetargu, zapytania ofertowego lub powszechnie dostępnej listy kontaktów bez realnego udziału Partnera w nawiązaniu relacji,
 - f. został zaakceptowany przez Organizatora.
2. O przypisaniu Leada do Partnera decyduje:
- a. data i godzina wpływu kompletnego zgłoszenia,
 - b. kompletność i jakość zgłoszenia,
 - c. wynik weryfikacji Organizatora.
3. W przypadku zgłoszeń dotyczących tego samego Klienta lub tej samej Inwestycji przez więcej niż jednego Partnera, pierwszeństwo ma Partner, który jako pierwszy przesłał kompletne i skuteczne zgłoszenie, o ile zostało ono zaakceptowane przez Organizatora.
4. Organizator może odrzucić zgłoszenie w szczególności, gdy:
- a. Lead jest duplikatem,
 - b. Lead został już wcześniej pozyskany przez Organizatora z innego źródła,
 - c. Lead jest niekompletny lub nieprawdziwy,
 - d. kontakt został przekazany bez podstawy prawnej lub bez wymaganej zgody na kontakt,
 - e. temat nie mieści się w zakresie działalności Organizatora,
 - f. współpraca z danym Klientem byłaby sprzeczna z prawem, zasadami etyki, zasadami compliance, procedurami klienta lub uzasadnionym interesem Organizatora.

5. Akceptacja Leada wymaga wyraźnego potwierdzenia przez Organizatora. Brak odpowiedzi nie oznacza akceptacji.
-

§ 8. Charakter współpracy i brak umocowania

1. Partner nie jest uprawniony do:
 - a. składania oświadczeń woli w imieniu Organizatora,
 - b. zawierania umów w imieniu Organizatora,
 - c. ustalania cen, rabatów, harmonogramów, parametrów technicznych lub warunków gwarancyjnych w imieniu Organizatora,
 - d. używania nazwy, logo, materiałów handlowych lub referencji Organizatora w sposób wykraczający poza udzieloną zgodę.
 2. Partner może przedstawiać Organizatora wyłącznie w sposób zgodny z prawdą, rzetelny i nienaruszający dobrego imienia Organizatora.
 3. Partner nie uzyskuje prawa wyłączności terytorialnej, branżowej ani klientowskiej, chyba że strony uzgodnią to odrębnie na piśmie.
 4. Jeżeli jednak charakter współpracy stron w praktyce będzie odpowiadał cechom stałego pośrednictwa za wynagrodzeniem, odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego mogą znaleźć zastosowanie niezależnie od nazwy przyjętej przez strony.
-

§ 9. Prowizja

1. Partnerowi przysługuje prowizja w wysokości 5% wartości netto faktycznie opłaconych przez Klienta faktur, wystawionych przez Organizatora w związku z Umową z Klientem zawartą bezpośrednio w wyniku zaakceptowanego Leada.
2. Podstawą naliczenia prowizji jest wyłącznie:
 - a. wartość netto,
 - b. faktury rzeczywiście opłaconej przez Klienta,
 - c. część wynagrodzenia pozostająca w bezpośrednim związku z zaakceptowanym Leadem.
3. Prowizja nie jest naliczana od:
 - a. podatku VAT,
 - b. odsetek, kar umownych, kosztów windykacji i rekompensat,
 - c. świadczeń nieodpłatnych,
 - d. kosztów usunięcia wad, napraw gwarancyjnych, serwisu gwarancyjnego lub innych świadczeń wykonywanych bez dodatkowego wynagrodzenia,
 - e. kwot zwróconych Klientowi, objętych korektą in minus lub nieściągalnych,

- f. umów lub tematów, które nie pozostają w bezpośrednim związku z zaakceptowanym Leadem.
 - 4. Jeżeli Umowa z Klientem jest realizowana i fakturowana etapami, prowizja naliczana jest proporcjonalnie od każdej opłaconej części wynagrodzenia.
 - 5. Prowizja obejmuje również zamówienia dodatkowe dotyczące tej samej Inwestycji lub bezpośrednio z niej wynikające, zawarte w terminie 12 miesięcy od dnia zawarcia pierwszej Umowy z Klientem, o ile:
 - a. pozostają w bezpośrednim związku z zaakceptowanym Leadem, oraz
 - b. Organizator potwierdzi taki związek.
 - 6. Partner nie nabywa prawa do prowizji, jeżeli jest oczywiste, że Umowa z Klientem nie zostanie wykonana z przyczyn, za które Organizator nie ponosi odpowiedzialności, a jeżeli prowizja została już wypłacona – podlega ona zwrotowi w odpowiedniej części.
-

§ 10. Moment nabycia prawa do prowizji

- 1. Partner nabywa prawo do prowizji z chwilą, w której:
 - a. Klient zapłacił Organizatorowi dane wynagrodzenie, albo
 - b. Organizator – zgodnie z Umową z Klientem – powinien był je otrzymać, o ile sam spełnił swoje świadczenie.
 - 2. Jeżeli Klient spełnia świadczenie częściami, prawo do prowizji powstaje odpowiednio częściami.
 - 3. Organizator nie będzie opóźniał nabycia prawa do prowizji w sposób sprzeczny z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa.
-

§ 11. Rozliczenia

- 1. Organizator sporządza zestawienie należnej prowizji miesięcznie, do 10. dnia roboczego miesiąca następującego po miesiącu, w którym Partner nabył prawo do prowizji.
- 2. Zestawienie zawiera dane pozwalające zweryfikować podstawę obliczenia prowizji, w szczególności:
 - a. identyfikację Klienta lub Inwestycji,
 - b. numer lub oznaczenie dokumentu sprzedaży,
 - c. kwotę stanowiącą podstawę naliczenia prowizji,
 - d. wysokość prowizji.
- 3. Po otrzymaniu zestawienia Partner wystawia prawidłową fakturę VAT albo – jeżeli jest do tego uprawniony – fakturę bez VAT, zgodnie z przepisami prawa.
- 4. Termin płatności prowizji wynosi 14 dni od dnia doręczenia Organizatorowi prawidłowo wystawionej faktury. W razie opóźnienia Partnerowi przysługują odsetki ustawowe za opóźnienie

w transakcjach handlowych zgodnie z ustawą z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych (Dz.U. 2023 poz. 1790 t.j.).

5. Organizator może wstrzymać wypłatę prowizji w całości lub części do czasu wyjaśnienia sprawy, jeżeli:
- a. powstał spór co do prawa do prowizji,
 - b. Lead został zgłoszony niezgodnie z Regulaminem,
 - c. Partner naruszył prawo, Regulamin lub zasady poufności,
 - d. istnieje uzasadnione podejrzenie, że Lead został pozyskany lub przekazany niezgodnie z prawem.
-

§ 12. Podatki i rozliczenia publicznoprawne

1. Prowizja określona w Regulaminie jest kwotą netto.
 2. Jeżeli Partner jest podatnikiem VAT i zgodnie z prawem dolicza VAT do swojego wynagrodzenia, do prowizji netto doliczany jest VAT w stawce wynikającej z obowiązujących przepisów.
 3. Partner ponosi wyłączną odpowiedzialność za prawidłowe rozliczenie podatków, składek i innych należności publicznoprawnych związanych z prowizją, o ile przepisy bezwzględnie obowiązujące nie stanowią inaczej.
 4. Program jest przeznaczony dla przedsiębiorców. Jeżeli Organizator dopuściłby do współpracy osobę nieprowadzącą działalności gospodarczej, wymaga to odrębnych indywidualnych ustaleń i odrębnej podstawy rozliczenia.
-

§ 13. Obowiązki Partnera

1. Partner zobowiązuje się:
 - a. działać rzetelnie, uczciwie i zgodnie z prawem,
 - b. nie wprowadzać Organizatora ani Klientów w błąd,
 - c. przekazywać wyłącznie dane pozyskane zgodnie z prawem,
 - d. nie naruszać cudzych praw, dóbr osobistych, tajemnic przedsiębiorstwa i zasad poufności.
2. Partner nie może:
 - a. przysyłać Leadów pochodzących z masowego pozyskiwania kontaktów, scrapingu, kupionych baz lub niezamówionych kampanii, jeżeli narusza to prawo albo uzasadnione interesy osób trzecich,
 - b. obiecywać Klientowi jakichkolwiek warunków wiążących Organizatora,
 - c. składać ofert, negocjować warunków lub przyjmować zamówień w imieniu Organizatora bez odrębnego umocowania,

- d. przekazywać danych objętych tajemnicą przedsiębiorstwa lub innymi obowiązkami poufności bez odpowiedniej podstawy prawnej.
 - 3. Partner zobowiązuje się nie oferować ani nie przekazywać jakichkolwiek korzyści majątkowych lub osobistych w celu pozyskania zlecenia dla Organizatora z naruszeniem prawa, procedur klienta, zasad etyki lub zasad uczciwej konkurencji.
 - 4. Partner odpowiada wobec Organizatora za szkody wynikłe z naruszenia niniejszego paragrafu.
-

§ 14. Obowiązki Organizatora

- 1. Organizator zobowiązuje się:
 - a. rozpatrywać zgłoszenia Leadów w rozsądnym terminie,
 - b. podejmować decyzje o akceptacji lub odrzuceniu Leadów według obiektywnej oceny biznesowej,
 - c. rozliczać prowizję zgodnie z Regulaminem,
 - d. przekazywać Partnerowi informacje niezbędne do weryfikacji podstaw naliczenia prowizji w zakresie wymaganym przez prawo i Regulamin.
 - 2. Organizator zachowuje pełną swobodę w zakresie:
 - a. podjęcia lub odmowy podjęcia współpracy z Klientem,
 - b. przygotowania oferty,
 - c. ustalenia ceny, technologii, zakresu, warunków płatności i harmonogramu,
 - d. rozwiązania lub nieprzedłużenia współpracy z Klientem.
 - 3. Organizator nie gwarantuje Partnerowi minimalnej liczby zleceń, minimalnej wysokości prowizji ani zawarcia jakiejkolwiek Umowy z Klientem.
-

§ 15. Dane osobowe

- 1. W zakresie danych osobowych przekazywanych w związku z Programem każda ze stron działa co do zasady jako odrębny administrator danych osobowych we własnym zakresie i na własną odpowiedzialność, chyba że strony wyraźnie ustalą inaczej na piśmie.
- 2. Partner oświadcza, że przekazując dane osobowe:
 - a. posiada odpowiednią podstawę prawną do ich przetwarzania i przekazania,
 - b. przekazuje dane w zakresie niezbędnym do realizacji celu,
 - c. dopełnił wobec osoby, której dane dotyczą, wymaganych obowiązków informacyjnych, o ile były wymagane.
- 3. Organizator przetwarza dane osobowe:

- a. w celu realizacji Programu,
 - b. w celu obsługi zgłoszeń,
 - c. w celu kontaktu z potencjalnym klientem,
 - d. w celu obrony przed roszczeniami i dochodzenia roszczeń,
 - e. w celu wykonania obowiązków prawnych.
4. Szczegółowe informacje o przetwarzaniu danych osobowych przez Organizatora określa Polityka prywatności — Współpraca dostępna na stronie <https://ever-flow.pl/wspolpraca>.
-

§ 16. Poufność

1. Partner zobowiązuje się do zachowania w poufności wszelkich informacji uzyskanych w związku z Programem, w szczególności informacji:
 - a. handlowych,
 - b. technicznych,
 - c. organizacyjnych,
 - d. finansowych,
 - e. dotyczących ofert, marż, rozliczeń, klientów i inwestycji.
 2. Informacje poufne mogą być wykorzystywane wyłącznie w celu realizacji współpracy z Organizatorem.
 3. Obowiązek poufności obowiązuje w czasie trwania współpracy oraz przez 3 lata od jej zakończenia, chyba że przepisy prawa lub odrębna umowa przewidują dłuższy okres ochrony.
-

§ 17. Reklamacje dotyczące Usług Elektronicznych

1. Reklamacje dotyczące funkcjonowania Strony lub Usług Elektronicznych można składać:
 - a. e-mailem na adres: info@ever-flow.pl, albo
 - b. pisemnie na adres siedziby Organizatora.
2. Reklamacja powinna zawierać co najmniej:
 - a. dane identyfikujące zgłaszającego,
 - b. opis problemu,
 - c. datę jego wystąpienia,
 - d. żądanie zgłaszającego, o ile zostało sprecyzowane.
3. Organizator rozpatruje reklamację w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.
4. Niniejszy tryb reklamacyjny dotyczy Usług Elektronicznych świadczonych przez Organizatora i nie wyłącza możliwości dochodzenia roszczeń na zasadach ogólnych.

§ 18. Odpowiedzialność

1. Organizator odpowiada wobec Partnera za niewykonanie lub nienależyte wykonanie swoich obowiązków na zasadach ogólnych, z zastrzeżeniem ograniczeń wynikających z Regulaminu i bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
 2. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za:
 - a. brak zawarcia Umowy z Klientem,
 - b. decyzje biznesowe Klienta,
 - c. podanie przez Partnera nieprawdziwych, niekompletnych lub nieaktualnych danych,
 - d. szkody wynikłe z naruszenia prawa przez Partnera,
 - e. przerwy techniczne, awarie lub siłę wyższą, o ile nie wynikają z winy umyślnej Organizatora.
 3. W zakresie dopuszczalnym prawem odpowiedzialność Organizatora wobec Partnera nie obejmuje utraconych korzyści, chyba że szkoda została wyrządzona umyślnie.
 4. Nic w Regulaminie nie wyłącza odpowiedzialności, której wyłączenie byłoby niedopuszczalne na mocy bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
-

§ 19. Czas trwania współpracy i zakończenie udziału w Programie

1. Udział Partnera w Programie ma charakter bezterminowy.
2. Każda ze stron może zakończyć współpracę z zachowaniem 14-dniowego okresu wypowiedzenia, złożonego w formie dokumentowej, w szczególności e-mailowej, chyba że odrębna umowa stanowi inaczej.
3. Organizator może zakończyć udział Partnera w Programie ze skutkiem natychmiastowym w przypadku:
 - a. naruszenia prawa przez Partnera,
 - b. naruszenia Regulaminu,
 - c. naruszenia zasad poufności,
 - d. naruszenia zasad ochrony danych osobowych,
 - e. działania na szkodę Organizatora,
 - f. przekazywania nieprawdziwych lub pozornych Leadów,
 - g. działań sprzecznych z zasadami etyki, compliance lub uczciwej konkurencji.
4. Zakończenie udziału Partnera w Programie nie pozbawia go prawa do prowizji od zaakceptowanych Leadów zgłoszonych przed dniem zakończenia współpracy, jeżeli spełnione zostały warunki określone w Regulaminie.

5. Po zakończeniu współpracy Partner nie jest uprawniony do zgłaszania nowych Leadów, chyba że Organizator wyrazi na to zgodę.
-

§ 20. Zmiany Regulaminu

1. Organizator może zmienić Regulamin z ważnych przyczyn, w szczególności w razie:
 - a. zmiany przepisów prawa,
 - b. zmiany modelu Programu,
 - c. rozszerzenia lub ograniczenia funkcjonalności Strony,
 - d. konieczności doprecyzowania postanowień.
 2. Zmieniony Regulamin publikowany jest na Stronie wraz z datą wejścia w życie, z wyprzedzeniem co najmniej 14 dni przed dniem jego obowiązywania. Kontynuacja uczestnictwa w Programie po tym terminie jest równoznaczna z akceptacją zmian.
 3. Zmiany Regulaminu nie naruszają praw Partnera nabytych przed dniem wejścia w życie zmian, w szczególności prawa do prowizji od zaakceptowanych Leadów zgłoszonych przed dniem zmiany, chyba że obowiązujące przepisy prawa wymagają odmiennego rozwiązania.
-

§ 21. Postanowienia końcowe

1. Regulamin podlega prawu polskiemu.
 2. W sprawach nieuregulowanych Regulaminem zastosowanie mają odpowiednie przepisy prawa polskiego, w szczególności:
 - a. Kodeksu cywilnego,
 - b. przepisów o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
 - c. przepisów o ochronie danych osobowych,
 - d. przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
 3. Wszelkie spory wynikłe z Regulaminu pomiędzy Organizatorem a Partnerem będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Organizatora, o ile bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa nie stanowią inaczej.
 4. Jeżeli jakiegokolwiek postanowienie Regulaminu okaże się nieważne lub bezskuteczne, nie wpływa to na ważność pozostałych postanowień.
 5. Regulamin wchodzi w życie z dniem 24 marca 2026 r.
-