REGULAMIN PROGRAMU AFILIACYJNEGO MIODOWEJ KLINIKI

Organizator: APl sp. z o.o. z siedzibą w Kamiannej

§ 1. Postanowienia ogólne

1. Niniejszy Regulamin określa ogólne zasady Programu Partnerskiego Miodowej Kliniki, prowadzonego przez API sp. z o.o. z siedzibą w Kamiannej, adres: Kamianna 50, 33-336 Łabowa, wpisaną do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0001052571, NIP 7343628701, REGON 526089151, zwaną dalej „Organizatorem".

2. Program jest skierowany do przedsiębiorców, którzy rozliczają wynagrodzenie na podstawie faktury lub innego prawidłowego dokumentu księgowego w modelu B2B, oraz do osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej, które rozliczają wynagrodzenie za pośrednictwem platformy Useme: www.useme.com.pl

3. Celem Programu jest pozyskiwanie klientów Miodowej Kliniki przez rzetelne rekomendacje Partnerów oraz promocję wybranych ofert i kampanii Organizatora.

4. Publikacja Regulaminu, udostępnienie formularza zgłoszeniowego ani przesłanie zgłoszenia nie stanowią oferty zawarcia umowy i nie gwarantują przyjęcia do Programu.

5. Udział w Programie jest dobrowolny i nieodpłatny. Partner ponosi we własnym zakresie koszty prowadzenia swojej działalności oraz realizacji działań promocyjnych, chyba że Strony wyraźnie uzgodnią inaczej.

6. Miodowa Klinika zastrzega sobie prawo do odmowy nawiązania współpracy bez podania przyczyny.

§ 2. Definicje

1. Partner – przedsiębiorca przyjęty do Programu, który zawarł z Organizatorem umowę o współpracy afiliacyjnej.

2. Umowa – umowa ramowa o współpracy afiliacyjnej zawarta pomiędzy Organizatorem a Partnerem.

3. Warunki Indywidualne – uzgodnione z Partnerem warunki określające w szczególności stawkę prowizji, zasady podatkowe, dane kontaktowe i identyfikatory Partnera.

4. Kampania – ograniczona czasowo akcja promocyjna obejmująca wybrane pakiety, terminy, grupy klientów lub kanały komunikacji.

5. Karta Kampanii – wiadomość e-mail lub dokument przekazany Partnerowi, określający szczegółowe warunki danej Kampanii.

6. Kod Partnera – indywidualny kod rabatowy lub inny identyfikator umożliwiający przyznanie klientowi określonego benefitu i przypisanie rezerwacji do Partnera.

7. Link Afiliacyjny – indywidualny link śledzący udostępniony Partnerowi, jeżeli Organizator stosuje go w danej Kampanii.

8. Benefit Klienta – rabat kwotowy, rabat procentowy, dodatkowe świadczenie lub inna korzyść określona w Karcie Kampanii.

9. Rezerwacja Kwalifikowana – rezerwacja spełniająca wymagania Umowy, Regulaminu i Karty Kampanii, prawidłowo przypisana do Partnera, w pełni opłacona i zakończona pobytem klienta.

10. Podstawa Prowizji – cena brutto za pakiet objęty Kampanią, faktycznie zapłacona Organizatorowi przez klienta po zastosowaniu Benefitu Klienta oraz po uwzględnieniu zwrotów, obniżek, reklamacji i korekt.

11. **Materiały –** treści, zdjęcia, grafiki, logotypy, opisy, linki i inne elementy przekazane lub zaakceptowane przez Organizatora w celu prowadzenia Kampanii.

§ 3. Przyjęcie do Programu

1. Kandydat zgłasza chęć udziału w Programie przez formularz, wiadomość e-mail lub inny kanał wskazany przez Organizatora.

2. Organizator weryfikuje zgłoszenie, biorąc pod uwagę w szczególności profil działalności kandydata, jakość i wiarygodność komunikacji, zgodność z wartościami Miodowej Kliniki, grupę odbiorców oraz możliwość rozliczenia współpracy w modelu B2B.

3. Organizator może przyjąć lub odrzucić zgłoszenie bez obowiązku zawarcia współpracy. Weryfikacja nie opiera się wyłącznie na liczbie obserwujących ani deklarowanym zasięgu.

4. Uczestnictwo w Programie rozpoczyna się po zawarciu Umowy, potwierdzeniu Warunków Indywidualnych oraz przekazaniu Partnerowi zasad komunikacji i wykorzystania marki.

5. Samo przyjęcie do Programu nie oznacza objęcia promocją wszystkich ofert Miodowej Kliniki ani zobowiązania Organizatora do uruchamiania Kampanii z określoną częstotliwością.

§ 4. Kampanie i ich uruchamianie

1. Program działa w oparciu o Kampanie uruchamiane przez Organizatora. Każda Kampania może mieć inny zakres, Benefit Klienta, okres obowiązywania, wymagane materiały i zasady promocji.

2. Organizator przesyła Partnerowi Kartę Kampanii na uzgodniony adres e-mail. Karta Kampanii określa co najmniej:

a) nazwę i opis promowanej oferty.

b) pakiety i świadczenia objęte Kampanią.

c) Benefit Klienta.

d) okres sprzedaży i terminy pobytu.

e) grupę klientów uprawnionych do skorzystania z oferty.

f) dopuszczone kanały rezerwacji i promocji.

g) wyłączenia oraz zasady łączenia z innymi promocjami.

h) wymaganą ekspozycję, formaty i terminy publikacji.

i) obowiązkowe oznaczenia i Materiały.

j) osobę kontaktową po stronie Organizatora.

3. Partner potwierdza udział w Kampanii w sposób wskazany w Karcie Kampanii. Rozpoczęcie promocji po otrzymaniu Karty Kampanii oznacza akceptację jej warunków.

4. Partner promuje wyłącznie aktywne Kampanie oraz aktualne warunki przekazane przez Organizatora. Nie może samodzielnie zmieniać Benefitu Klienta, terminów, ceny, zakresu pakietu ani obiecywać dodatkowych świadczeń.

5. Zmiana Benefitu Klienta, pakietów, terminów lub materiałów pomiędzy Kampaniami nie stanowi zmiany Regulaminu ani Umowy.

6. Organizator może zmienić lub zakończyć Kampanię na przyszłość z przyczyn biznesowych, operacyjnych albo prawnych, informując o tym Partnera. Zmiana nie narusza warunków rezerwacji potwierdzonych klientom przed jej wejściem w życie, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy wymagają inaczej.

§ 5. Benefit Klienta i zakres oferty

1. Program nie gwarantuje stałego rabatu ani innego stałego benefitu dla klientów. Rodzaj i wysokość Benefitu Klienta wynikają każdorazowo z Karty Kampanii.

2. Benefit Klienta obowiązuje wyłącznie dla pakietów, terminów, grup klientów i kanałów rezerwacji wskazanych w Karcie Kampanii.

3. Karta Kampanii może ograniczyć Benefit Klienta do nowych klientów, pierwszego pobytu, wskazanej liczby rezerwacji lub określonego okresu sprzedaży.

4. Benefit Klienta nie łączy się z innymi promocjami, kodami, bonami ani ofertami specjalnymi, chyba że Karta Kampanii jednoznacznie stanowi inaczej.

5. W przypadku wyczerpania puli, braku dostępności albo zakończenia Kampanii Organizator może wyłączyć możliwość wykorzystania Kodu Partnera lub Linku Afiliacyjnego dla nowych rezerwacji.

§ 6. Przypisanie rezerwacji do Partnera

1. Rezerwacja zostaje przypisana Partnerowi, jeżeli klient prawidłowo użył Kodu Partnera lub Linku Afiliacyjnego zgodnie z procesem rezerwacji, a przypisanie zostało zarejestrowane w systemie rezerwacyjnym Organizatora albo potwierdzone przez Organizatora e-mailem.

2. Kod Partnera powinien zostać podany najpóźniej w chwili składania rezerwacji. Późniejsze dopisanie Kodu wymaga indywidualnej zgody Organizatora.

3. Jedna rezerwacja może wygenerować prowizję tylko dla jednego Partnera. Jeżeli do rezerwacji mogłoby mieć zastosowanie kilka kodów, linków lub źródeł polecenia, decyduje identyfikator skutecznie zapisany i zaakceptowany w systemie Organizatora.

4. Rezerwacje własne Partnera, transakcje testowe, duplikaty oraz rezerwacje dokonane przez osoby działające na jego rzecz w celu sztucznego wygenerowania prowizji nie są Rezerwacjami Kwalifikowanymi.

5. Rezerwacje anulowane, nieopłacone, objęte pełnym zwrotem nie stanowią podstawy naliczenia prowizji.

§ 7. Prowizja i rozliczenie

1. Stawka prowizji nie jest określana w Regulaminie. Organizator i Partner ustalają ją indywidualnie w Warunkach Indywidualnych lub innym uzgodnieniu stanowiącym część Umowy.

2. Prowizję oblicza się od Podstawy Prowizji, czyli ceny brutto faktycznie zapłaconej przez klienta za pakiet objęty Kampanią po zastosowaniu Benefitu Klienta.

3. Do Podstawy Prowizji nie wlicza się świadczeń i usług zakupionych poza pakietem, kosztów zewnętrznych lub refakturowanych, opłat lokalnych, bonów i kart podarunkowych do czasu ich wykorzystania, kwot zwróconych klientowi ani innych pozycji wyłączonych w Karcie Kampanii.

4. Prawo do prowizji powstaje dopiero po pełnym opłaceniu i zrealizowaniu pobytu. Przy częściowym zwrocie, obniżeniu ceny, reklamacji lub korekcie Podstawa Prowizji oraz prowizja podlegają odpowiedniemu przeliczeniu.

5. Po zakończeniu miesiąca Organizator przygotowuje zestawienie Rezerwacji Kwalifikowanych zrealizowanych w danym miesiącu i przekazuje je Partnerowi do 10. dnia następnego miesiąca, o ile powstała prowizja.

6. Partner może zgłosić udokumentowane zastrzeżenia do zestawienia w terminie 7 dni od jego otrzymania. Po akceptacji zestawienia wystawia prawidłową fakturę lub inny dopuszczalny dokument księgowy.

7. Termin płatności wynosi 14 dni od dnia doręczenia Organizatorowi prawidłowego dokumentu księgowego, chyba że Warunki Indywidualne stanowią inaczej.

8. Jeżeli po wypłacie prowizji nastąpi zwrot, chargeback, korekta ceny albo ujawni się niespełnienie warunków Rezerwacji Kwalifikowanej, Organizator może skorygować kolejne

rozliczenie. Przy braku takiej możliwości Partner zwraca nadpłatę w terminie 14 dni od otrzymania zestawienia korekty.

§ 8. Zasady komunikacji i wykorzystania marki

1. Przy rozpoczęciu współpracy Organizator przekazuje Partnerowi zasady komunikacji w mediach społecznościowych, na stronach internetowych, blogach, portalach, w newsletterach i innych zaakceptowanych kanałach.

2. Partner prowadzi komunikację zgodnie z Księgą Znaku, aktualnymi zasadami marki, Kartą Kampanii oraz Materiałami przekazanymi lub zatwierdzonymi przez Organizatora.

3. Partner używa wyłącznie aktualnych Materiałów. Każdy materiał sponsorowany, reklamowy lub afiliacyjny dotyczący Miodowej Kliniki, w tym własna grafika, nagranie, tekst, landing page, reklama płatna, newsletter, podcast lub istotna modyfikacja Materiałów, wymaga przedstawienia Organizatorowi przed publikacją i uzyskania uprzedniej, wyraźnej akceptacji Organizatora w formie dokumentowej. Brak odpowiedzi Organizatora nie oznacza akceptacji. Partner nie może opublikować materiału ani dokonać w nim istotnej zmiany przed uzyskaniem akceptacji.

4. Publikacje promujące Kampanię muszą zapewniać odpowiednią ekspozycję Miodowej Kliniki zgodnie z Kartą Kampanii, w szczególności przez czytelną nazwę marki, właściwy Kod Partnera lub Link Afiliacyjny, aktualny Benefit Klienta, termin obowiązywania oraz wymagane wezwanie do działania. Materiał nie może zawierać informacji nieaktualnych, nieprawdziwych ani mogących wprowadzać odbiorców w błąd.

5. Partner oznacza każdy materiał jasno, czytelnie i zrozumiale jako reklamę, materiał sponsorowany lub współpracę komercyjną oraz wskazuje, że może otrzymać prowizję. Oznaczenie musi być widoczne przy pierwszym kontakcie odbiorcy z przekazem i dostosowane do formatu materiału, obowiązujących przepisów, aktualnych rekomendacji właściwych organów oraz zasad platformy. Jeżeli platforma udostępnia funkcję oznaczania współpracy komercyjnej, Partner korzysta z niej oraz stosuje jednoznaczne oznaczenie w treści publikacji.

6. Partner nie może składać niezatwierdzonych obietnic dotyczących leczenia, diagnozy, efektów zdrowotnych, skuteczności terapii ani gwarantowanych rezultatów. Treści dotyczące zdrowia muszą odpowiadać Materiałom i rzeczywistemu zakresowi świadczeń Miodowej Kliniki.

7. Na żądanie Organizatora Partner przekazuje linki lub zrzuty publikacji oraz dostępne statystyki uzgodnionych działań, bez przekazywania nadmiarowych danych osobowych odbiorców.

8. Przed publikacją Partner przedstawia Organizatorowi każdy materiał sponsorowany, reklamowy lub afiliacyjny dotyczący Miodowej Kliniki, niezależnie od formatu, w szczególności tekst, grafikę, film, rolkę, stories, newsletter, reklamę płatną, landing page, artykuł, podcast lub inny materiał promocyjny. Materiał należy przesłać na wskazany przez Organizatora adres e-mail albo w inny uzgodniony sposób, z podaniem kanału publikacji, planowanej daty publikacji, okresu emisji oraz używanego Kodu Partnera lub Linku Afiliacyjnego.

9. Publikacja materiału wymaga uprzedniej, wyraźnej akceptacji Organizatora w formie dokumentowej. Brak odpowiedzi Organizatora nie oznacza akceptacji. Partner nie może publikować materiału przed uzyskaniem akceptacji ani zmieniać zaakceptowanego materiału w sposób istotny bez ponownej akceptacji.

10. Jeżeli materiał wykorzystuje Link Afiliacyjny, Partner utrzymuje aktywny i prawidłowy Link Afiliacyjny przez co najmniej 3 miesiące od dnia publikacji materiału, chyba że Organizator wcześniej zakończy Kampanię, dezaktywuje Link z ważnej przyczyny, zażąda jego usunięcia albo dalsze utrzymywanie materiału lub Linku naruszałoby prawo, zasady platformy lub uzasadniony interes Organizatora. Jeżeli Link zostanie dezaktywowany albo Kampania zakończy się przed upływem 3 miesięcy, Partner niezwłocznie usuwa lub aktualizuje materiał zgodnie z instrukcją Organizatora.

11. Partner przekazuje Organizatorowi, w terminie wskazanym w Karcie Kampanii albo niezwłocznie po publikacji, aktywny link do opublikowanego materiału, zrzut ekranu lub nagranie materiału oraz podstawowe statystyki dostępne dla danego kanału. Partner utrzymuje materiał i Link Afiliacyjny w formie zgodnej z zaakceptowaną wersją przez wymagany okres, z zastrzeżeniem wyjątków określonych w niniejszym Regulaminie.

12. Organizator może zażądać niezwłocznej korekty, aktualizacji, prawidłowego oznaczenia lub usunięcia materiału, w szczególności gdy materiał zawiera nieaktualny Benefit Klienta, cenę, termin lub informację o dostępności, nieprawidłowe oznaczenie reklamy, niezatwierdzone twierdzenia zdrowotne albo może wprowadzać odbiorców w błąd. Partner wykonuje żądanie nie później niż w ciągu 24 godzin, a w razie pilnego ryzyka prawnego lub reputacyjnego – w terminie wskazanym przez Organizatora.

§ 9. Zakazane formy promocji

1. Bez uprzedniej zgody Organizatora Partner nie może publikować ani przekazywać Kodu Partnera lub Linku Afiliacyjnego do serwisów kuponowych, agregatorów rabatów, katalogów kodów, grup wymiany promocji, automatów do stosowania kuponów ani podmiotów zajmujących się masową redystrybucją kodów.

2. Partner nie może prowadzić płatnych kampanii na frazy zawierające nazwę Miodowa Klinika, jej znaki, domenę ani nazwy Kampanii, chyba że Organizator udzieli uprzedniej zgody i określi zasady takiej reklamy.

3. Zakazane są w szczególności: spam, niezamówione komunikaty, ukrywanie źródła ruchu, cookie stuffing, adware, fałszywe opinie, wprowadzające w błąd porównania cen, podszywanie się pod Organizatora, tworzenie mylących domen lub profili oraz działania naruszające prawa osób trzecich.

4. Partner nie może przedstawiać Kodu jako stałego, powszechnego rabatu ani pozycjonować komunikacji wyłącznie na cenie, jeżeli Karta Kampanii wymaga przedstawienia zakresu, wartości i charakteru pobytu.

5. Partner nie może przekazywać Kodu lub Linku innemu pośrednikowi do dalszej dystrybucji bez uprzedniej zgody Organizatora wyrażonej co najmniej e-mailem.

§ 10. Zakończenie Kampanii i treści archiwalne

1. Po zakończeniu Kampanii Partner nie publikuje nowych materiałów promujących zakończoną ofertę i zaprzestaje dalszego płatnego promowania wcześniejszych publikacji.

2. Partner bez zbędnej zwłoki, nie później niż w ciągu 24 godzin od zakończenia Kampanii lub otrzymania informacji od Organizatora, aktualizuje albo usuwa aktywne komunikaty zawierające nieaktualny Benefit Klienta, cenę, termin lub dostępność. Dotyczy to w szczególności reklam płatnych, linków w bio, przypiętych publikacji, banerów, wyróżnionych relacji i aktywnych stron sprzedażowych. Obowiązek utrzymywania aktywnego i zgodnego z warunkami materiału oraz Linku Afiliacyjnego przez okres, o którym mowa w § 8 ust. 10, dotyczy wyłącznie materiału aktualnego i zgodnego z zaakceptowaną wersją oraz nie ogranicza obowiązku wcześniejszego usunięcia lub aktualizacji materiału w przypadkach określonych w niniejszym Regulaminie.

3. Historyczny post, artykuł, film lub rolka mogą pozostać opublikowane, jeżeli treść jasno wskazuje okres obowiązywania Kampanii, nie sugeruje dalszej dostępności oferty i nie zawiera aktywnego komunikatu wprowadzającego odbiorców w błąd. Jeżeli treść archiwalna zawiera Link Afiliacyjny, wymóg utrzymywania go przez okres wskazany w § 8 ust. 10 dotyczy wyłącznie aktywnego i zgodnego z warunkami materiału; wcześniejsze usunięcie lub aktualizacja materiału jest dopuszczalne i obowiązkowe w przypadkach określonych w § 8 ust. 10–12 oraz w niniejszym paragrafie.

4. Organizator może zażądać aktualizacji, prawidłowego oznaczenia lub usunięcia treści archiwalnej, jeżeli zawiera nieaktualny Benefit Klienta, cenę, termin lub informację o

dostępności, nieprawidłowe oznaczenie reklamy, niezatwierdzone twierdzenia zdrowotne, jest niezgodna z aktualną ofertą, prawem lub standardem marki albo może wprowadzać odbiorców w błąd. Partner wykonuje uzasadnione żądanie nie później niż w ciągu 24 godzin, a w razie pilnego ryzyka prawnego lub reputacyjnego – w terminie wskazanym przez Organizatora.

§ 11. Weryfikacja, zawieszenie i zakończenie udziału

1. Organizator może weryfikować źródło ruchu, sposób wykorzystania Kodu lub Linku oraz prawidłowość rezerwacji w zakresie niezbędnym do rozliczenia Programu i ochrony marki.

2. Organizator może czasowo zawiesić Kod, Link, udział w Kampanii lub wypłatę spornej części prowizji, jeżeli istnieje uzasadnione podejrzenie oszustwa, samonagradzania, masowego udostępnienia kodu, naruszenia prawa, zasad komunikacji albo zagrożenia dla klientów lub renomy marki.

3. Organizator informuje Partnera o przyczynie zawieszenia i umożliwia przedstawienie wyjaśnień, chyba że sprzeciwiają się temu przepisy lub bezpieczeństwo postępowania. Bezsporna część prawidłowo naliczonej prowizji pozostaje należna.

4. Zasady wypowiedzenia i rozwiązania współpracy określa Umowa. Po zakończeniu współpracy Kod i Link zostają dezaktywowane, a Partner zaprzestaje prowadzenia aktywnej promocji Miodowej Kliniki.

5. Prawidłowo przypisane rezerwacje dokonane przed zakończeniem współpracy i zrealizowane później podlegają rozliczeniu, chyba że zostały pozyskane z naruszeniem Umowy lub Regulaminu.

§ 12. Dane osobowe, poufność i reklamacje

1. Każda Strona jest odrębnym administratorem danych osobowych przetwarzanych we własnych celach w związku z Programem, chyba że określone działanie wymaga odrębnego uzgodnienia lub umowy powierzenia przetwarzania danych.

2. Partner nie zbiera w imieniu Organizatora danych dotyczących zdrowia ani danych rezerwacyjnych klientów i nie przesyła ich Organizatorowi, o ile Strony wcześniej nie uzgodnią zgodnej z prawem procedury oraz odpowiednich zabezpieczeń.

3. Partner chroni niepubliczne informacje dotyczące warunków handlowych, stawek prowizji, marż, wyników, klientów, planowanych Kampanii i Materiałów roboczych zgodnie z Umową.

4. Reklamacje związane z udziałem w Programie Partner może przesłać na adres biuro@miodowaklinika.pl. Reklamacja powinna zawierać dane Partnera, opis sprawy oraz informacje pozwalające ją zweryfikować.

5. Organizator odpowiada na reklamację w terminie 30 dni od dnia jej otrzymania. Jeżeli rozpatrzenie sprawy wymaga dodatkowych informacji, Organizator może poprosić Partnera o ich uzupełnienie.

§ 13. Zmiany Regulaminu i postanowienia końcowe

1. Organizator może zmienić Regulamin z przyczyn prawnych, organizacyjnych, technicznych lub związanych ze zmianą sposobu działania Programu. Partner otrzymuje informację o zmianie e-mailem co najmniej 14 dni przed jej wejściem w życie, chyba że prawo albo konieczność niezwłocznego ograniczenia nadużyć wymagają krótszego terminu.

2. Zmiany Regulaminu działają na przyszłość. Nie obniżają prowizji za prawidłowo przypisane i potwierdzone rezerwacje ani nie zmieniają warunków zaakceptowanej Kampanii w odniesieniu do rezerwacji dokonanych przed wejściem zmiany w życie.

3. Jeżeli Partner nie akceptuje zmiany Regulaminu, może zakończyć współpracę na zasadach określonych w Umowie przed datą wejścia zmiany w życie.

4. W razie sprzeczności dokumentów pierwszeństwo mają kolejno: Umowa i podpisane aneksy, Warunki Indywidualne, Karta Kampanii w zakresie danej Kampanii, Regulamin oraz pozostałe instrukcje operacyjne. Ogólna treść strony internetowej nie zmienia indywidualnie uzgodnionych warunków współpracy.

5. Do Programu i Regulaminu stosuje się prawo polskie. Spory Strony w pierwszej kolejności próbują rozwiązać polubownie, a w braku porozumienia rozstrzyga je sąd właściwy zgodnie z przepisami powszechnie obowiązującymi lub zgodnie z Umową.

6. Regulamin obowiązuje od dnia jego opublikowania na stronie internetowej Programu, z zastrzeżeniem warunków przejściowych przekazanych dotychczasowym Partnerom.