

---

**Všeobecné obchodní podmínky  
pro poskytování služeb Retail Media (OBI CZ)**

---

## Obsah

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Rejstřík</b>                                                      | <b>4</b>  |
| <b>Oddíl A – Obecné informace</b>                                    | <b>5</b>  |
| § 1 Oblast použití                                                   | 5         |
| § 2 Uzavření smlouvy                                                 | 5         |
| § 3 Smlouvy s agenturami                                             | 5         |
| § 4 Společnosti skupiny OBI                                          | 5         |
| <b>Oddíl B – Mediální služby</b>                                     | <b>6</b>  |
| § 5 Oblast použití                                                   | 6         |
| § 6 Předmět smlouvy a definice pojmů v případě mediálních služeb     | 6         |
| § 7 Požadavky na reklamní kampaně                                    | 7         |
| § 8 Neúplné informace k Objednávce a právo na odstoupení od smlouvy  | 7         |
| § 9 Odpovědnost a povinnosti Objednatele                             | 8         |
| § 10 Odmítnutí, deaktivace, změna a odstranění Reklamních prostředků | 9         |
| § 11 Výroba a náklady na výrobu Reklamních prostředků                | 10        |
| § 12 Období reklamy                                                  | 10        |
| § 13 Kreativní výkon                                                 | 11        |
| § 14 Poradenské služby                                               | 11        |
| § 15 Uživací práva                                                   | 12        |
| § 16 Povinnosti Objednatele týkající se označování                   | 13        |
| § 17 Označovací právo OBI CZ                                         | 13        |
| § 18 Ceny a platební podmínky                                        | 13        |
| <b>Oddíl C – Sponsored Product Advertisements</b>                    | <b>14</b> |
| § 19 Oblast působnosti                                               | 14        |
| § 20 Předmět smlouvy a definice v případě SPA                        | 14        |
| § 21 Parametry pro zobrazení reklam na produkty a SPA                | 14        |
| § 22 Požadavky na rezervaci SPA                                      | 15        |
| § 23 Označovací právo OBI CZ                                         | 15        |
| § 24 Způsoby vyúčtování                                              | 16        |
| <b>Oddíl D – Databáze Insights Solutions</b>                         | <b>16</b> |
| § 25 Oblast použití                                                  | 16        |
| § 26 Předmět smlouvy Insights Solutions                              | 16        |
| § 27 Poskytnutí Databáze                                             | 17        |
| § 28 Uživací práva a požadavky                                       | 17        |
| § 29 Uživatelský účet a ochrana osobních údajů                       | 17        |

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>§ 30Technické předpoklady</b>                             | <b>18</b> |
| <b>§ 31Úhrada</b>                                            | <b>18</b> |
| <b>§ 32Compliance a zvláštní důvěrnost</b>                   | <b>18</b> |
| <b>§ 33Zvláštní právo na výpověď</b>                         | <b>19</b> |
| <b>Oddíl E – Obecné Informace</b>                            | <b>20</b> |
| <b>§ 34Doba platnosti smlouvy</b>                            | <b>20</b> |
| <b>§ 35Vady a reklamace vad</b>                              | <b>20</b> |
| <b>§ 36Odpovědnost</b>                                       | <b>20</b> |
| <b>§ 37Zproštění odpovědnosti</b>                            | <b>21</b> |
| <b>§ 38Vyšší moc</b>                                         | <b>21</b> |
| <b>§ 39Výpověď</b>                                           | <b>21</b> |
| <b>§ 40Důvěrnost</b>                                         | <b>22</b> |
| <b>§ 41Referenční právo</b>                                  | <b>24</b> |
| <b>§ 42Compliance a Etický kodex</b>                         | <b>25</b> |
| <b>§ 43Používání AI</b>                                      | <b>25</b> |
| <b>§ 44Postoupení, započtení, zadržovací práva</b>           | <b>26</b> |
| <b>§ 45Výhrada změn</b>                                      | <b>26</b> |
| <b>§ 46Závěrečná ustanovení</b>                              | <b>27</b> |
| <b>Příloha č. 1 – Popis datových balíčků Retail Insights</b> | <b>28</b> |

## REJSTŘÍK

|                                   |    |                               |    |
|-----------------------------------|----|-------------------------------|----|
| <b>A</b>                          |    | <b>Poradenská služba</b>      | 6  |
| <b>Agentura</b>                   | 5  | <b>Poskytovatel informací</b> | 21 |
| <b>AI11</b>                       |    | <b>Právo na odklad</b>        | 11 |
| <b>Analogové reklamní plochy</b>  | 6  | <b>Přijímající strana</b>     | 21 |
| <b>Aplikace</b>                   | 6  | <b>R</b>                      |    |
| <b>B</b>                          |    | <b>Ranking</b>                | 14 |
| <b>Brífink</b>                    | 11 | <b>Referenční účel</b>        | 24 |
| <b>Brutto kontakt</b>             | 13 | <b>Referenční údaje</b>       | 24 |
| <b>C</b>                          |    | <b>Reklamace vad</b>          | 20 |
| <b>CPT</b>                        | 13 | <b>Reklamní prostředky</b>    | 6  |
| <b>D</b>                          |    | <b>Reklamní směrnice OBI</b>  | 7  |
| <b>Databáze</b>                   | 16 | <b>S</b>                      |    |
| <b>Datum zahájení</b>             | 20 | <b>Skupina OBI</b>            | 5  |
| <b>Deep fakes</b>                 | 13 | <b>SPA</b>                    | 14 |
| <b>Digitální reklamní plochy"</b> | 6  | <b>Společnost skupiny OBI</b> | 5  |
| <b>Duální prodej</b>              | 18 | <b>Spřízněné společnosti</b>  | 22 |
| <b>Důvěrné informace</b>          | 22 | <b>Stavební bloky</b>         | 11 |
| <b>I</b>                          |    | <b>Strana</b>                 | 5  |
| <b>Informace o kampani</b>        | 7  | <b>T</b>                      |    |
| <b>K</b>                          |    | <b>Technické služby</b>       | 6  |
| <b>Kreativní výkon</b>            | 6  | <b>U</b>                      |    |
| <b>M</b>                          |    | <b>Účel</b>                   | 21 |
| <b>Matching skóre</b>             | 14 | <b>Umělá inteligence</b>      | 25 |
| <b>Mediální objednávka</b>        | 6  | <b>Úspěch</b>                 | 13 |
| <b>Mediální služby</b>            | 6  | <b>Uživací právo</b>          | 12 |
| <b>MPG</b>                        | 19 | <b>Uživatel</b>               | 17 |
| <b>O</b>                          |    | <b>V</b>                      |    |
| <b>Objednatel</b>                 | 5  | <b>VOP</b>                    | 5  |
| <b>Objednávka</b>                 | 5  | <b>Vstupy</b>                 | 11 |
| <b>Oprávnění příjemci</b>         | 22 | <b>Výstup</b>                 | 11 |
| <b>P</b>                          |    | <b>Z</b>                      |    |
| <b>PG</b>                         | 19 | <b>Zadání</b>                 | 6  |
| <b>Podstatná povinnost</b>        | 20 | <b>Zástupci</b>               | 22 |
|                                   |    | <b>Zasvěcené osoby</b>        | 18 |
|                                   |    | <b>Zhotovitel</b>             | 5  |

## Oddíl A – OBECNÉ INFORMACE

### § 1 Oblast použití

Tyto Všeobecné obchodní podmínky („VOP“) platí pro všechny nabídky a smlouvy mezi společnostmi **OBI Česká republika s.r.o.**, se sídlem Budějovická 3a, 140 00 Praha 4, IČ: 60470968, DIČ: CZ60470968, zapsanou v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, odd. C, vložka č. 25891 („**OBI CZ**“) a třetí osobou („**Objednatel**“) (OBI CZ a Objednatel každý jednotlivě jako „**Strana**“ a společně „**Strany**“), pokud je jejich předmětem jedna ze služeb popsanych v oddílech B až D.

### § 2 Uzavření smlouvy

- 2.1. Uzavření smlouvy za účelem objednání některé ze služeb popsanych v oddílech B až D proběhne na základě jednotlivé objednávky (dále jen „**Objednávka**“), která musí mít minimálně textovou podobu.
- 2.2. Podrobnosti – zejména ohledně druhu, rozsahu, doby trvání a cen příslušných služeb – jsou vedle příslušných oddílů těchto VOP uvedeny v příslušné Objednávce.
- 2.3. Nabídky OBI CZ jsou nezávazné. Smlouva je uzavřena až po přijetí nabídky OBI CZ.
- 2.4. Ustanovení a jednotlivá ujednání Objednávky se vztahují výhradně na příslušnou Objednávku a nemají mezi stranami žádnou normativní účinnost ve vztahu k jiným Objednávkám, pokud to není v Objednávce výslovně ujednáno.

### § 3 Smlouvy s agenturami

Pokud je smlouva uzavřena mezi zprostředkovatelem, například mediální agenturou („**Agentura**“), a OBI CZ,

- a) v případě pochybností se smlouva uzavírá výhradně mezi agenturou a OBI CZ;
- b) Agentura musí Objednávku podanou jménem a na účet svých zákazníků výslovně označit jako Objednávku na jméno svých zákazníků, a to minimálně v textové podobě;
- c) služby mohou být využívány, zpracovávány nebo předávány pouze pro zákazníka uvedeného na jméno OBI CZ a nikoli pro účely jiných třetích osob bez písemného souhlasu OBI CZ;
- d) eventuální položky nebo jiné specifikace poskytnuté přímo zákazníky agentury se považují za poskytnuté položky, resp. specifikace samotné agentury.

### § 4 Společnosti skupiny OBI

- 4.1. OBI CZ je součástí mezinárodní skupiny OBI. Skupinu OBI tvoří společnosti Olympics Baumarkt Holding GmbH, OBI Group Holding Management SE, OBI Group Holding SE & Co. KGaA („OGH“) a všechny společnosti, v nichž může OGH vykonávat přímý nebo nepřímý rozhodující vliv („dceřiné společnosti“) jakož i všichni franšizanti franšizového systému provozovaného společnostmi OGH

nebo některou dceřinou společností (každý jednotlivě „**Společnost skupiny OBI**“, společně „**Společnosti skupiny OBI**“ nebo „**Skupina OBI**“).

- 4.2. OBI CZ může za účelem poskytnutí služeb, které je povinna poskytnout podle smlouvy, zapojit Společnosti skupiny OBI. Pokud a v rozsahu, v jakém jsou Společnosti skupiny OBI zapojeny do poskytování služeb, které jsou předmětem smluvního závazku OBI CZ, platí ustanovení těchto VOP a Objednávek ve prospěch OBI CZ zároveň i ve prospěch těchto Společností skupiny OBI.

## ODDÍL B – MEDIÁLNÍ SLUŽBY

### § 5 Oblast použití

- o Pokud má být předmětem smlouvy mezi OBI CZ a Objednatelem poskytování mediálních služeb ve smyslu bodu 6.1. platí navíc k oddílům A a E ustanovení tohoto oddílu B.

### § 6 Předmět smlouvy a definice pojmů v případě mediálních služeb

- 6.1. Předmětem objednání mediálních služeb ("**Mediální objednávka**") mohou být následující služby OBI CZ:
- a) inzerování, vyvěšování, vystavování, vysílání a / nebo jiná forma zveřejnění reklamního prostředku na analogových (bod 6.4.) a / nebo digitálních (bod 6.5.) reklamních plochách, jakož i provádění jiných reklamních opatření (např. Brand Shops nebo Biber Partner Deals) na podporu prodeje ("**Reklamní kampaň**");
  - b) výroba (zejména tiskem), instalace, údržba a demontáž reklamních materiálů OBI CZ ("**Technické služby**");
  - c) koncepce reklamních prostředků a reklamních kampaní ("**Kreativní výkon**");
  - d) poradenství před, během a / nebo po Reklamní kampani ("**Poradenská služba**").

- 6.2. OBI CZ je povinna poskytnout určitý počet hrubých kontaktů, kliknutí nebo podobných výkonů pouze tehdy, pokud to bylo výslovně dohodnuto v příslušné Objednávce.
- 6.3. "**Reklamní prostředky**" jsou veškeré obsahy, jako texty, obrázky, videa, zvukové sekvence, webové stránky a ostatní média, které mají být zveřejněny v rámci reklamní kampaně na analogových nebo digitálních reklamních plochách pro Objednatele.
- 6.4. "**Analogové reklamní plochy**" jsou reklamní plochy, které existují ve fyzické podobě nebo jsou přenášeny fyzickými prostředky, zejména z oblasti plakátových a tištěných médií. Patří sem například tabule a výstavní plochy určené k umísťování velkoformátových plakátů v oblasti venkovní reklamy (např. billboardy 18/1).
- 6.5. "**Digitální reklamní plochy**" jsou zejména reklamní plochy z oblasti elektronických médií. Patří sem mj. webové stránky a aplikace pro mobilní koncová zařízení ("**Aplikace**") a reklamní plochy z oblasti Public Video (např. Video Walls) a Audio Media (např. Instore Radio).

## § 7 Požadavky na reklamní kampaně

- 7.1. Strany se v rámci udělování Objednávky dohodnou na součástech Reklamní kampaně, jako jsou Reklamní prostředky a informace o produktech (společně "**Zadání**"), jakož i na příslušných termínech a místech dodání.
- 7.2. Pokud se Strany nedohodly na termínech a místech dodání, poskytne Objednatel OBI CZ všechna Zadání nezbytné pro realizaci Objednávky nejpozději do 30 dnů před zahájením Reklamních kampaní podle volby OBI CZ v jejím sídle nebo, je-li to možné, e-mailem.
- 7.3. Objednatel musí dodržovat technické specifikace OBI CZ - například ohledně rozměrů, materiálu a typu souboru - aby bylo možné zveřejnění na reklamních plochách a kompatibilitu s nimi.
- 7.4. Zadání, stejně jako jakékoliv webové stránky, aplikace nebo jiný obsah, na který odkazují reklamní prostředky, např. prostřednictvím QR kódů nebo krátkých odkazů, nesmí obsahovat reklamu a/nebo prvky, které naznačují:
  - a) drogy nebo tabákové výrobky;
  - b) lihoviny;
  - c) hazardní hry;
  - d) erotické produkty nebo sexualizovaná zobrazení;
  - e) politické strany, občanské iniciativy, náboženská či extremistická sdružení nebo jiná politická či náboženská sdělení či symboly;
  - f) léky;
  - g) konkurenty skupiny OBI;
  - h) zbraně;
  - i) násilný nebo násilný obsah;
  - j) extrémní, diskriminační, v rozporu s dobrým vkusem nebo mravy, provokace nebo urážky;
  - k) obsah, který je nebo by mohl být jakýmkoliv způsobem škodlivý nebo jinak nevhodný pro nezletilé (bod 7.4. také "**Reklamní směrnice OBI**").

## § 8 Neúplné informace k Objednávce a právo na odstoupení od smlouvy

- 8.1. Objednatel poskytne OBI CZ nejpozději spolu s Objednávkou všechny informace potřebné pro posouzení Mediální objednávky. To zahrnuje:
- a) jméno zadavatele reklamy;
  - b) období a rozsah zamýšlené Reklamní kampaně;
  - c) případné požadavky na bezpečnost značky (Brand Safety);
  - d) konkrétní popis produktu nebo služby, které mají být propagovány;
  - e) Reklamní prostředky určené k vysílání;
  - f) požadované technické specifikace Reklamních prostředků (odst. 8.1. písm. a) - f) nazývané také "**Informace o kampani**").
- 8.2. Pokud OBI CZ jednotlivé Informace o kampani v okamžiku udělení Objednávky ještě nejsou k dispozici, je OBI CZ oprávněn odstoupit od Mediální objednávky i po jejím přijetí, jakmile budou dodatečně dodány potřebné informace a z prověření dodatečně dodaných informací ze strany OBI CZ vyplývá, že by OBI CZ v případě znalosti chybějících informací Mediální objednávku nepřijal nebo by ji přijal jen se změnami. OBI CZ je dále oprávněn odstoupit od Mediální objednávky i po jejím přijetí, pokud chybějící Informace o kampani nebudou dodatečně dodány v přiměřené lhůtě stanovené OBI CZ.

## § 9 Odpovědnost a povinnosti Objednatele

- 9.1. Za Reklamní prostředky poskytnuté Objednatelem a za ostatní Zadání stanovené Objednatelem nese výhradní odpovědnost Objednatel. Pokud jsou Zadání poskytnuté Objednatelem zjevně chybné, OBI CZ o tom bude informovat Objednatele. OBI CZ však nemá žádnou aktivní kontrolní povinnost, to platí zejména s ohledem na splnění zákonných požadavků a dostatečnou kvantitu a kvalitu Zadání.
- 9.2. Pokud jsou adresy URL, krátké odkazy, QR kódy nebo jiná přesměrování obsažena v Zadání, Objednatel zajišťuje správné fungování těchto přesměrování během Reklamních kampaní.
- 9.3. Objednatel zajistí, aby všechny výhody propagované prostřednictvím poskytnutých Reklamních prostředků byly koncovým zákazníkům k dispozici po celou dobu trvání kampaně.
- 9.4. Objednatel zajistí, aby jím poskytnutá Zadání, přesměrování ve smyslu bodu 9.2. jakož i webové stránky, Aplikace a jiný obsah, na který odkazuje Reklamní prostředek, neobsahovaly ani nepřenášely žádný škodlivý software. Za škodlivý software se považuje malware, jako jsou viry, červy, trojské koně nebo jiné škodlivé kódy nebo programy, které mají za cíl poškodit, tajně zachytit nebo nepříznivě ovlivnit systém nebo data. Objednatel se zavazuje používat na ochranu před škodlivým softwarem testovací a ochranné programy odpovídající aktuálnímu stavu techniky.
- 9.5. Objednatel zajistí, aby stanovené Reklamní prostředky a ostatní Zadání neporušovaly práva třetích osob a odpovídaly zákonným požadavkům, zejména příslušným požadavkům
- a) práva hospodářské soutěže,
  - b) autorských práv,



- c) práva ochranných známek,
  - d) práva průmyslových vzorů a designu,
  - e) práva na ochranu osobních údajů,
  - f) obecná osobnostní práva třetích osob,
  - g) na ochranu mládeže a sdělovacích prostředků,
  - h) ostatního mediálního práva.
- 9.6. Objednatel reklamy musí Reklamní kampaň ihned po jejím prvním zveřejnění neprodleně zkontrolovat na správnost obsahu a umístění a případné chyby neprodleně oznámit OBI CZ v textové formě. V opačném případě je Reklamní kampaň považována za převzatou a bez vad.
- 9.7. Objednatel neprodleně informuje OBI CZ, pokud vyjde najevo, že poskytnuté Zadání porušují platné právní předpisy nebo porušují nebo poškozují práva třetích stran jakéhokoli druhu.

## **§ 10 Odmítnutí, deaktivace, změna a odstranění Reklamních prostředků**

- 10.1. OBI CZ je i po přijetí Objednávky a během Reklamní kampaně oprávněna odmítnout poskytnuté Zadání a zastavit jejich zveřejnění, pokud existují důvody pro zastavení kampaně. Za důvody pro zastavení kampaně se považují konkrétní náznaky, že Zadání
- a) nemají žádnou souvislost s produktem nebo službou uvedenou v Objednávce;
  - b) porušují jakýkoli platný zákon, soudní nebo úřední nařízení nebo předpisy;
  - c) obsahují nepravdivé nebo neověřitelné údaje;
  - d) poškozují práva třetích osob;
  - e) jsou technicky a/nebo kvalitativně značně nedostatečné;
  - f) poruší Reklamní směrnici OBI (bod 7.4);
  - g) představují značné riziko poškození dobré pověsti OBI CZ, jiných Společností skupiny OBI a/nebo značek OBI – například proto, že se v reklamě objevují osoby, jejichž prokazatelně špatná pověst by se mohla negativně projevit ve veřejném mínění.
- 10.2. Pokud to okolnosti s ohledem na chráněné zájmy Společností skupiny OBI dovolují, informuje OBI CZ Objednatele s uvedením důvodů předtím, než budou realizována opatření podle bodu 10.1.
- 10.3. Pokud byla oznámena nebo provedena opatření podle bodu 10.1 (bod 10.2), je na Objednateli, aby prokázal, že neexistují důvody pro zastavení kampaně. OBI CZ ukončí tato opatření, jakmile Objednatel předloží důkaz.
- 10.4. Povinnost zaplatit odměnu zůstává provedením opatření oprávněného podle bodu 10.1 nedotčena. Případné ušetřené výdaje, pokud jsou Objednatелеm doloženy, budou do odměny započteny.
- 10.5. Po skončení reklamního období se Reklamní prostředky na videostěnách již nebudou dále zobrazovat. Reklamní prostředky na plakátech jsou zakryty nebo dojde k jejich překrytí jinými Reklamními prostředky na začátku následné Objednávky. Následná Objednávka nemusí nutně bezprostředně navazovat na dobu trvání Reklamní kampaně Objednatele. Náklady na zakrytí Reklamních

prostředků požadovaného Objednatelům k dřívějšímu datu (např. na konci Reklamní kampaně) nese Objednatel. Tyto nejsou zahrnuty v nabídkové ceně.

10.6. Objednatel nese náklady na odstranění Reklamních prostředků, které vzniknou v důsledku předčasného ukončení smlouvy z jeho strany a/nebo nutnosti zakrytí. Objednatel se považuje za odpovědného zejména tehdy, pokud:

- a) existují pravomocně uznané nároky třetích stran na zdržení se nebo odstranění Reklamních prostředků nebo jiných Zadání poskytnutých Objednatelům a třetí strany mohou předložit odpovídající titul ke zdržení se nebo odstranění;
- b) existuje důvod pro zastavení kampaně na základě Zadání dodaných Objednatelům.

10.7. OBI CZ bude dle možností zohledňovat a realizovat dodatečné požadavky Objednatelů na změny v Reklamních prostředcích. Za veškeré náklady a prodloužení při realizaci plnění z důvodu změn požadovaných Objednatelům, nebo za které odpovídá Objednatel, je odpovědný Objednatel.

10.8. OBI CZ je oprávněn upravovat Reklamní prostředky s ohledem na velikost, formát a technické specifikace, pokud je to dle OBI CZ nezbytné pro zveřejnění Reklamních prostředků a pokud je to s ohledem na zájmy OBI CZ pro Objednatelů únosné. Pokud je nutná úprava obsahu Reklamních prostředků, odsouhlasí si toto OBI CZ předem s Objednatelům. Za případné prodloužení při realizaci plnění vzniklé v důsledku nutné následné úpravy nese odpovědnost Objednatel.

10.9. OBI CZ je vůči Objednatelům oprávněna dočasně omezit nebo nechat omezit dostupnost webových stránek Společnosti skupiny OBI, pokud je to nutné z kapacitních důvodů, z důvodu bezpečnosti nebo integrity serverů nebo pro provedení technických opatření. V těchto případech zohlední OBI CZ podle možností oprávněné zájmy Objednatelů, zejména včasným oznámením.

## **§ 11 Výroba a náklady na výrobu Reklamních prostředků**

11.1. Pokud se Strany v rámci zadání Objednávky dohodnou na výrobě Reklamních prostředků ze strany OBI CZ, musí Objednatel OBI CZ poskytnout potřebné podklady pro výrobu Reklamních prostředků, zejména materiály, předlohy motivů nebo tištěné podklady, ve lhůtách dohodnutých v Objednávce. Dodržování včasného dodání je povinností Objednatelů. OBI CZ není povinna upozornit Objednatelů na včasné dodání a připomínat ho.

11.2. Na podrobnostech dokumentace, kterou Objednatel poskytne, se Strany dohodnou při zadávání Objednávky.

11.3. Při výrobě Reklamních prostředků ze strany OBI CZ může Objednatel požadovat přiměřený počet korektur. Pokud o to Objednatel nepožádá, ručí OBI CZ za chyby ve větách pouze pokud se jedná o zjevné odchylky od poskytnutých podkladů. U barevných reprodukcí se drobné odchylky v barvě nepovažují za vadu. Pokud Objednatel obdrží korekturu a neprohlásí neprodleně po jejím obdržení kontaktní osobě OBI CZ uvedené v Objednávce alespoň textovou formou, zda ji schvaluje nebo že zjistil vady, považuje se schválení za udělené.

11.4. Objednatel může do dvou týdnů po ukončení doby reklamy podle § 15 požadovat vrácení resp. vyzvednutí nespotřebovaných náhradních množství Reklamních prostředků a dalších materiálů (tiskových předloh, modelů atd.). Toto se provádí na náklady a riziko Objednatelů, pokud Strany výslovně neuzavřely odlišnou dohodu. Reklamní materiály a materiály, které nebudou během této doby

vyžádány zpět, přecházejí do vlastnictví OBI CZ bez náhrady a mohou být OBI CZ zlikvidovány bez dalších požadavků a bez nároku na náhradu nebo nároku na náhradu škody ze strany Objednatele.

## § 12 Období reklamy

- 12.1. Pokud je dohodnutý začátek Reklamní kampaně na neděli nebo ve svátek, bude Reklamní kampaň spuštěna až následující pracovní den, není-li výslovně dohodnuto jinak.
- 12.2. Pokud OBI CZ nemůže zahájit plnění nebo nemůže zahájit plnění včas k dohodnutému termínu, protože Objednatel nedodal požadovaná Zadání, dodal je opožděně, nedodal je v potřebném množství nebo kvalitě nebo je jinak nedodal v souladu se smlouvou, nezprošťuje to Objednatele jeho platební povinnosti a neprodlužuje to dobu trvání smlouvy.
- 12.3. Vícenáklady, které vzniknou v důsledku opožděného dodání Zadání v souladu se smlouvou, nese Objednatel.
- 12.4. U Reklamních kampaní na digitálních reklamních plochách nemůže OBI CZ zaručit absolutně rovnoměrné rozložení rezervovaného objemu během celého reklamního období.
- 12.5. V případě Reklamních kampaní na digitálních reklamních plochách může OBI CZ odložit dohodnutý začátek Reklamních kampaní o plus nebo minus tři dny („**Právo na odklad**“).

## § 13 Kreativní výkon

- 13.1. Poskytování Kreativních výkonů (bod 6.1. písm. c)), zejména koncepcí a návrhem reklamního motivu, probíhá podle zadání dohodnutých s Objednatelem („**Brífink**“) a za použití případných přípravných prací poskytnutých Objednatelem, jako jsou náčrty, obrázky, texty nebo jiné materiály použité při tvorbě Kreativního výkonu („**Stavební bloky**“).
- 13.2. Změny Brífinku je třeba odsouhlasit s OBI CZ. Objednatel nese dodatečné náklady, které pro Kreativní výkon ze změny Brífinku vyplynou. Pokud se v důsledku změn Brífinku stanou již poskytnuté služby OBI pro Kreativní výkon zbytečnými, nezprošťuje to Objednatele povinnosti odměny za již poskytnuté služby.
- 13.3. Objednatel nese odpovědnost za jím vložené Stavební bloky. Zejména zaručuje, že neporušují práva třetích osob, odpovídají zákonným požadavkům a smějí být OBI CZ použity pro Kreativní výkon.
- 13.4. Objednatel je povinen převzít návrh zadaného Kreativního výkonu, pokud je tento návrh převážně v souladu se smlouvou.
- 13.5. Pokud Objednatel do tří pracovních dnů po dodání návrhu, který je převážně v souladu se smlouvou, neoznámí alespoň textovou formou kontaktní osobě OBI CZ uvedené v nabídce, že je návrh vadný nebo nevyužije smluvně dohodnutého práva na změnu, považuje se za přijatý.
- 13.6. OBI CZ je oprávněna používat generativní umělou inteligenci nebo metody strojového učení (společně „**AI**“) k poskytování Kreativních výkonů. Práva k prostřednictvím AI vygenerovaným výsledkům („**Výstup**“) náleží výhradně OBI CZ. Práva Objednatele k takovému Výstupu jsou uvedena v bodu 15.7. Práva k

obsahu, promptům a jiným vstupům do AI („**Vstupy**“) náleží také OBI CZ, pokud se Strany nedohodnou jinak.

## § 14 Poradenské služby

- 14.1. V rámci Poradenských služeb (bod 6.1. písm. d)) bude OBI CZ poskytovat analýzy dopadu poskytnutých mediálních služeb, jakož i použitých Reklamních prostředků a poskytne poradenství ohledně cílů kampaní, vč. doporučení reklamních médií, Období reklamy a Reklamních prostředků.
- 14.2. Konkrétní rozsah Poradenské služby si Strany dohodnou v rámci příslušné Objednávky.
- 14.3. OBI CZ poskytuje Poradenské služby s náležitou péčí a s využitím obvyklých odborných znalostí. OBI CZ však nenese odpovědnost za dosažení určitého ekonomického úspěchu Objednatele.
- 14.4. Poradenská služba OBI CZ nezahrnuje právní poradenství. Doporučení k použití určitých reklamních médií nebo Reklamních prostředků mohou vést ke zvláštním právním požadavkům, které musí Objednatel přezkoumat na vlastní odpovědnost.
- 14.5. Objednatel je povinen spolupracovat, pokud je to nezbytné pro řádné vyřízení Poradenské služby. Zejména musí předat OBI CZ bez vyzvání všechny podklady potřebné pro poskytnutí Poradenské služby v úplnosti a včas, aby OBI CZ měla k dispozici přiměřenou dobu na zpracování. Totéž platí pro informování o všech postupech a okolnostech, které mohou být důležité pro poskytnutí Poradenské služby.
- 14.6. OBI CZ může poskytovat poradenské služby i jiným klientům. Tito mohou být s Objednatelem v konkurenčním vztahu. OBI CZ se zavazuje nepoužívat důvěrné informace Objednatele pro poskytování poradenských služeb jiným klientům.

## § 15 Uživací práva

- 15.1. Poskytne-li Objednatel Stavební bloky nebo Zadání, uděluje Objednatel tímto OBI CZ prosté a časově, prostorově a obsahově omezené na příslušný smluvní účel neodvolatelné právo, používat veškeré poskytnuté Stavební bloky a Zadání – včetně s tím spojených designů, průmyslových vzorů, ochranných známek, firemních log a dalších ochranných znaků Objednatele nebo jeho zákazníků – pro účely příslušného poskytování služeb („**Uživací právo**“). To zahrnuje zejména právo na přenos, ukládání, kopírování, zpracování, zobrazování a komunikaci vůči veřejnosti, jakož i vysílací právo, právo na reprodukci prostřednictvím obrazových nebo zvukových nosičů a právo na zpřístupnění veřejnosti, rozmnožování, šíření a vystavování – ať digitálně nebo analogově, online nebo offline – pokud je to nezbytné pro plnění smlouvy.
- 15.2. Převod Uživacího práva je již plně uhrazen dohodnutou odměnou.
- 15.3. Objednatel nese případné licenční platby nebo odměny organizacím pro kolektivní správu, jako např. OSA, které budou splatné zveřejněním Reklamních prostředků.
- 15.4. Pro reklamu na plakátech platí Uživací právo také pro období, které podle bodu 10.5 přesahuje Reklamní kampaň.
- 15.5. OBI CZ je oprávněn poskytovat Společnostem skupiny OBI ve stejném rozsahu sublicence z Uživacího práva, pokud jsou Společnosti skupiny OBI do

poskytování služeb zapojeny. Pro sublicencování není zapotřebí zvláštního souhlasu Objednatele.

- 15.6. Poskytnutím Stavebních bloků a Zadání Objednatel garantuje, že je vlastníkem Uživacího práva ke Stavebním blokům a Zadání, stejně jako případných s tím spojených práv k ochranným známkám, ochranným značkám společnosti, designu, průmyslovým vzorům a autorských a jiných ochranných práv, která jej opravňují k tomu, aby je poskytoval pro mediální služby a pro další použití v souladu se smlouvou, a aby poskytoval OBI CZ Uživací právo podle bodu 15.1.
- 15.7. Kreativní výkon vytvořený OBI CZ, zejména reklama vytvořená a vyvinutá OBI CZ a její počítačová grafická realizace, jsou zpravidla dílem chráněným autorským právem. OBI CZ poskytuje Objednateli ke Kreativnímu výkonu jednoduché, nepřenosné právo k užití díla. Toto právo je obsahově, časově a prostorově omezeno na využití Kreativního výkonu k provedení mediální služby k tomuto účelu (bod 6.1). Objednateli nepřísluší právo na užívání nebo zhodnocení, které tento rámec překračuje.
- 15.8. OBI CZ si vyhrazuje právo být označen za autora svých děl.

## § 16 Povinnosti Objednatele týkající se označování

Objednatel je povinen výslovně označit jako „vygenerované AI“ veškeré jím poskytnuté Stavební bloky a Zadání, které obsahují obrazový, zvukový nebo video obsah generovaný nebo manipulovaný pomocí AI, který připomíná existující osoby, objekty, místa, instituce nebo události a mohl by se dané osobě falešně jevit jako pro osobu autentický nebo pravdivý („Deep fakes“), a to před jejich odesláním OBI CZ.

## § 17 Označovací právo OBI CZ

OBI CZ je oprávněna označit Reklamní prostředky jako reklamu (např. s dodatkem „sponzorované“, „reklama“, „reklama“ nebo podobnými upozorněními) a odlišit je od případného redakčního obsahu, jakož i určit toho, jehož jménem a na jehož účet je reklama zobrazena.

## § 18 Ceny a platební podmínky

- 18.1. Vyúčtování mediálních služeb se provádí na základě cen dohodnutých v Objednávce.
- 18.2. Všechny ceny se rozumí bez daně z přidané hodnoty platné v okamžiku poskytnutí plnění, pokud se tato uplatňuje.
- 18.3. Pokud nebude smluvně dohodnuto jinak, provádí OBI CZ fakturaci od zahájení poskytování mediálních služeb. Fakturované částky jsou splatné do třiceti (30) dnů od doručení faktury. Pro včasnost platby je rozhodující den doručení peněz na účet, který je uveden na faktuře. OBI CZ si vyhrazuje právo zasílat faktury Objednateli elektronicky.
- 18.4. OBI CZ je oprávněna před a během doby trvání smlouvy podmínit (další) plnění zálohovou platbou a úhradou dlužných faktur, a to bez ohledu na původně dohodnutý termín splatnosti, pokud je Objednatel v prodlení s platebními závazky nebo existují odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti Objednatele.



- 18.5. Pokud se provádí vyúčtování na bázi ceny za kontakt v tisících („**CPT**“), považuje se pro výpočet CPT každý kontakt osoby s reklamním médiem (např. webová stránka, aplikace, video zeď nebo 18/1 Billboard) za „kontakt“ (nazývaný také „**Brutto kontakt**“).
- 18.6. V případě modelu odměňování na bázi prodeje nebo leadu se vyúčtování provádí měsíčně dobropisem s připočtením zákonné daně z přidané hodnoty. Objednatel připiše OBI CZ s každým prodejem nebo leadem, které byly vygenerovány na základě reklamní kampaně („**Úspěch**“), dohodnutou částku odměny. Objednatel zajistí, aby byl každý Úspěch zdokumentován.
- 18.7. Výrazem „prodej“ se rozumí uzavření smlouvy týkající se inzerované služby nebo produktu. Výrazem „lead“ se rozumí zprostředkování kontaktu s osobou, která poskytne Objednateli své kontaktní údaje (jméno a adresa a/nebo e-mailová adresa).
- 18.8. Objednatel vyúčtuje všechny Úspěchy generované během jednoho kalendářního měsíce do konce následujícího měsíce. Dobropis musí být uhrazen do 30 dnů po vystavení dobropisu převodem na účet OBI CZ. Pro kontrolu částky dobropisu poskytne Objednatel OBI CZ všechny potřebné informace, aby bylo možné snadno ověřit nárok na odměnu a jeho výpočet. Objednatel přitom neposkytuje žádné osobní údaje koncových zákazníků.

## ODDÍL C – SPONSORED PRODUCT ADVERTISEMENTS

### § 19 Oblast působnosti

Pokud se smlouva mezi OBI CZ a Objednatelům týká umístění sponzorované reklamy na produkty – Sponsored Product Advertisements („**SPA**“) ve smyslu § 20, platí navíc k oddílům A a E ustanovení tohoto oddílu C.

### § 20 Předmět smlouvy a definice v případě SPA

Předmětem rezervace SPA je přednostní umístění produktů Objednatel v rámci vyhledávání produktů a doporučení produktů na [www.obic.cz](http://www.obic.cz) jakož i v aplikaci heyOBI CZ, nezávisle na jinak relevantních kritériích pro určování pořadí zobrazování produktů („**Ranking**“). Zobrazení SPA je přímo propojeno s aktuálním vyhledáváním návštěvníka webových stránek nebo prohlíženým produktem. V závislosti na vyhledávacím výrazu a výsledných výsledcích organického vyhledávání, resp. prohlíženém produktu se zobrazí reklama na relevantní produkty. Sponzorované produkty jsou označeny štítkem „sponzorováno“ a mohou být umístěny na prvním nebo druhém místě.

### § 21 Parametry pro zobrazení reklam na produkty a SPA

21.1. Bez SPA tyto následné parametry určují, zda a v jakém pořadí se výsledky vyhledávání budou zobrazovat:

- a) soulad vyhledávacího výrazu s informacemi, které jsou k dispozici o produktu (např. název produktu nebo atributy produktu), s cílem určit, které produkty jsou vhodné k zobrazení pod vyhledávacím výrazem;

- b) nastavený parametr pro řazení, přičemž lze vybrat mezi „Nejoblíbenější“, „Cena vzestupně“ a „Cena sestupně“. Ve výchozím nastavení je „Nejoblíbenější“ a určuje pořadí zobrazení produktů na základě následujících kritérií:
- (1) největší váha se přikládá matchingu vyhledávacích výrazů (tzv. **„Matching skóre“**). Čím vhodnější je vyhledávací výraz pro název produktu, tím vyšší je matching skóre;
  - (2) druhá největší váha je přiřazena tzv. „relevance score“, které je určeno analýzou výkonnosti jednotlivých produktů pod konkrétním vyhledávacím výrazem;
  - (3) třetí největší váha se přikládá počtu prodejm (online na obi.cz a v aplikaci heyOBI CZ, rezervace na marketu prostřednictvím obi.cz) nezávisle na specifickém vyhledávacím pojmu;
  - (4) čtvrtou největší váhu má počet zobrazení produktu na obi.cz, bez ohledu na konkrétní vyhledávací výraz, a hodnocení zákazníků podle Wilsonova skóre. Wilsonovo skóre se zaměřuje nejen na průměrnou úroveň hodnocení produktu, ale také na počet recenzí. Díky tomu mohou být produkty s mnoha dobrými hodnoceními ohodnoceny lépe než produkty s několika málo, ale velmi dobrými hodnoceními.
  - (5) Nakonec rozhoduje frekvence, s jakou je produkt přidáván do online nákupního košíku, a dostupnost produktu na obi.cz o pořadí pod třídícím parametrem „Nejoblíbenější“.
- c) Filtry jako barva, značka a rozměry, které mohou také ovlivnit pořadí zobrazení.

21.2. Pokud si Objednatel zarezervuje SPA, rozhoduje odchylně od bodu 21.1 písm. b) o tom, zda bude produkt zobrazen, tzv. skóre kvality. Přitom bude vybrán produkt s nejvyšším skóre kvality. Ten se vypočítá na základě:

- a) výše CPC (Cost per Click, náklady za proklik), která je stanovena na aukčním principu, kdy Objednatel určuje maximální částku, kterou je ochoten zaplatit OBI CZ za kliknutí na SPA návštěvníkem webové stránky;
- b) historickou míru prokliku daného produktu, přičemž vysoká míra prokliku pozitivně ovlivňuje skóre kvality;
- c) shody produktu s vyhledávacím výrazem a jinými organickými výsledky vyhledávání podle bodu 21.1.

## **§ 22 Požadavky na rezervaci SPA**

22.1. Rezervace SPA je k dispozici pouze pro Objednatele, kteří jsou současně v obchodních vztazích se Skupinou OBI jako dodavatel nebo produktový partner. OBI CZ je oprávněna zastavit hrazení SPA bez dodržení výpovědní lhůty, pokud Objednatel porušil – pokud se uplatní – povinnosti, které mu náleží z dodavatelské, příp. produktové partnerské smlouvy.

22.2. Další podrobnosti k platným rámcovým podmínkám vyplývají z příslušné individuální Objednávky k rezervaci SPA.

## **§ 23 Označovací právo OBI CZ**

OBI CZ má právo označit SPA jako placenou reklamu (např. slovy „sponzorováno“, „reklama“, „inzerát“ nebo podobná upozornění) a odlišit se od jakéhokoli redakčního obsahu a určit osobu, jejímž jménem a na jehož účet je reklama zobrazena.

## **§ 24 Způsoby vyúčtování**

24.1. Objednatel stanoví v rámci zadávání Objednávky pevný rozpočet, který bude použit na jednotlivé SPA v souladu s bodem 24.2.

24.2. Vyúčtování rozpočtu na reklamu se provádí podle modelu CPC. Je-li rozpočet na reklamu vyčerpán, nebudou se již zobrazovat žádné další nabídky SPA od Objednatele.

24.3. Rozpočet na rozdělení SPA dohodnutý mezi Stranami v rámci příslušné Objednávky je splatný do 30 dnů od zadání Objednávky Objednatelem.

24.4. OBI CZ je oprávněna i před a během doby platnosti smlouvy podmínit (další) provedení bez ohledu na původně sjednanou splatnost zálohou úhrady a vyrovnání neuhrazených částek faktury, pokud je objednavatel v prodlení s platebními závazky nebo v případě odůvodněných pochybností o platební schopnosti Objednavatele.

## **ODDÍL D – DATABÁZE INSIGHTS SOLUTIONS**

### **§ 25 Oblast použití**



Pokud je předmětem smlouvy mezi OBI CZ a Objednatelem přístup do databáze Insights Solutions ve smyslu bodu 26.1, použijí se vedle oddílů A a E také ustanovení tohoto oddílu D.

## § 26 Předmět smlouvy Insights Solutions

- 26.1. Předmětem rezervace služby „Retail Insights“ je poskytnutí a přístup do databáze Insights Solutions („**Databáze**“), ve které může Objednatel vyhodnocovat různé údaje k číslu dodavatele a regionu uvedenému v nabídce a v ní uvedených kategoriích výrobků za účelem vytváření analýz pro optimalizaci plánování své výroby, sortimentu, prodeje a/nebo reklamy (poskytování Databáze dále také jen „**Služba Insights**“). Přesný rozsah dostupných údajů závisí na datovém balíčku (bod 26.2), který si Objednatel vybere při zadání Objednávky.
- 26.2. Objednatel si můžete zvolit následující datové balíčky, které jsou podrobněji popsány v **příloze č. 1**:
- a) Basic
  - b) Stock
  - c) Category Development
- 26.3. Další podrobnosti k platným rámcovým podmínkám jsou uvedeny v příslušné zadané Objednávce.
- 26.4. Poskytované údaje jsou aktualizovány jednou týdně a mohou podléhat výkyvům, zejména z důvodu prodlevy při aktualizaci Databáze. Vyhodnocení a interpretace dat a analýz na jejich základě jsou věcí Objednatele. Existuje přitom prostor pro interpretaci. OBI CZ není povinna dávat žádná doporučení k jednání, pokud nebyla výslovně objednána. Objednatel nese výhradní odpovědnost za veškerá jednání, která z dat nebo výslovně objednaných doporučení k jednání vyvodí.

## § 27 Poskytnutí Databáze

- 27.1. Databáze může být poskytnuta jen dodavatelům Skupiny OBI.
- 27.2. OBI CZ garantuje průměrnou měsíční dostupnost Databáze 99 % po dobu trvání smlouvy za předpokladu dostupnosti 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.
- 27.3. Při výpočtu dostupnosti se nezohledňují prostoje způsobené následujícími okolnostmi:
- a) výpadky a/nebo poruchy technických systémů a/nebo síťových komponent mimo oblast odpovědnosti OBI CZ, zejména výpadky způsobené příchozími IT útoky nebo výpadky způsobené nesprávným používáním softwaru nebo hardwaru ze strany Objednatele;
  - b) opožděné splnění nebo nesplnění závazku ze strany Objednatele;
  - c) neoprávněné použití Databáze Objednatelem nebo třetími osobami;
  - d) údržbové práce na Databázi.

27.4. OBI CZ je oprávněna měnit strukturu a zobrazení dat, dashboardů a uživatelského rozhraní Databáze, pokud to nebude mít významný negativní dopad na používání Databáze.

## **§ 28 Uživací práva a požadavky**

- 28.1. OBI CZ poskytne Objednateli odvolatelné a nepřenosné právo na používání a přístup k Databázi a informacím v ní obsaženým po dobu trvání smlouvy pro analýzy uvedené v bodě 26.1. OBI CZ dá Objednateli k dispozici Databázi v dané aktuální verzi prostřednictvím internetu.
- 28.2. OBI CZ zůstává výhradním vlastníkem veškerých dat, informací nebo jiného obsahu dostupného v Databázi a eventuálních práv duševního vlastnictví k nim.
- 28.3. Objednatel zaručuje, že do Databáze nezavleče žádný škodlivý software ani ji jinak neinfiltuje, a že OBI CZ neposkytne informace, které jsou v rozporu s kartelovým právem nebo právem hospodářské soutěže.

## **§ 29 Uživatelský účet a ochrana osobních údajů**

- 29.1. Pro používání Databáze je nutný uživatelský účet. Objednatel může jmenovat až pět (5) osob za každý region, které jsou oprávněny registrovat uživatelský účet vázaný na svou osobu („**Uživatel**“).
- 29.2. Pro registraci uživatelského účtu musí Objednatel sdělit OBI CZ jméno a příjmení a e-mailovou adresu Uživatelů. OBI CZ poté vytvoří uživatelský účet s výchozím heslem, které bude Uživateli sděleno e-mailem. E-mailová adresa a výchozí heslo jsou pro nutné přihlášení.
- 29.3. Objednatel odpovídá za veškerá jednání prováděná prostřednictvím uživatelských účtů. Objednatel je povinen uložit Uživatelům, které jmenuje, následující závazky:
- a) po prvním přihlášení je Uživatel povinen změnit si heslo prostřednictvím funkce „Zapomenuté heslo“,
  - b) Uživatel je povinen chránit přihlašovací údaje před neoprávněným přístupem a nepředávat je třetím osobám.

- 29.4. Pokud se některá ze stran dozví o neoprávněném přístupu do Databáze prostřednictvím uživatelského účtu Objednatele, neprodleně to oznámí druhé straně a OBI CZ bez zbytečného odkladu deaktivuje přístup a zablokuje jakékoli používání Databáze prostřednictvím dotčeného uživatelského účtu, dokud nebude Uživateli přiděleno nové heslo.
- 29.5. V případě používání Databáze v rozporu se smlouvou je OBI CZ oprávněna trvale a bez náhrady zablokovat jednotlivé uživatelské účty.
- 29.6. Objednatel zaručuje, že získal všechna potřebná práva a souhlasy Uživatelů a informoval je o zpracování údajů v zákonem požadovaném rozsahu, aby poskytl OBI CZ osobní údaje jmenovaných osob za účelem vytvoření a vedení uživatelského účtu. Pokud Uživatel svůj souhlas odvolá nebo právní základ jinak zanikne, je Objednatel povinen o tom OBI CZ neprodleně informovat.

### § 30 Technické předpoklady

Objednatel odpovídá za pořízení a udržování hardwaru a připojení, které potřebuje, zejména k veřejným telekomunikačním sítím, aby umožnil nerušený přístup k Databázi.

### § 31 Úhrada

31.1. Úhrada za Službu Insights je uvedena v příslušném objednávkovém formuláři a rozumí se plus daň z přidané hodnoty v zákonné výši.

31.2. Úhrada se skládá z:

- a) jednorázového poplatku za aktivaci přístupu do Databáze a přístupu k archivovaným údajům o zásobách za posledních 24 měsíců („**Počáteční poplatek**“);
- b) měsíčního poplatku za přístup k vybraným datům a datovým balíčkům a jejich aktualizaci.

- 31.3. Počáteční poplatek se vyúčtuje na začátku smlouvy. Měsíční poplatek je fakturován čtvrtletně předem. Úhrada je splatná do 30 dnů od data vystavení faktury a musí být provedena bankovním převodem na účet uvedený na faktuře. OBI CZ si vyhrazuje právo zasílat faktury Objednateli výhradně elektronicky.
- 31.4. Námitky proti fakturám musí Objednatel vznést alespoň v textové podobě do 90 dnů od obdržení faktury. Po uplynutí této lhůty se faktura považuje za schválenou Objednatелеm.

## § 32 Compliance a zvláštní důvěrnost

- 32.1. Objednatel se zavazuje, že získané důvěrné informace bude využívat v souladu s platnými ustanoveními kartelového práva a že je nebude používat zejména jako prostředek nátlaku na ostatní Společnosti skupiny OBI v rámci vyjednávání o dodavatelských smlouvách a podmínkách nebo ke stanovování cen, sledování cen, dohodám v rozporu s předpisy o ochraně hospodářské soutěže nebo jednání ve vzájemné shodě ve smyslu § 1 GWB a čl. 101 SFEU.
- 32.2. V případě, že Objednatel sám nebo prostřednictvím spřízněných společností působí také jako maloobchodní prodejce v sektoru B2C (kamenná prodejna a/nebo online) („**Duální prodej**“), zavazuje se dále Objednatel dodržovat následující opatření:
- a) Objednatel je povinen zajistit a uložit všem osobám v rámci své organizační složky a dalším osobám, které s ním spolupracují a které mají v souladu s těmito VOP nebo příslušnou Objednávkou povolen přístup do Databáze nebo které jinak přijdou do styku s důvěrnými informacemi, které jsou v ní k dispozici ("**Zasvěcené osoby**"), aby získané důvěrné informace nepředávaly na maloobchodní úrovni. V tomto ohledu se povinnost mlčenlivosti vztahuje i na osoby patřící do společnosti Objednatele, tj. zejména na zaměstnance, kteří přicházejí do styku s maloobchodní úrovní;
  - b) Objednatel zajistí, aby Zasvěcené osoby nepracovaly současně na maloobchodní úrovni Objednatele nebo spřízněných společností;
  - c) Objednatel zajistí, aby pracoviště Zasvěcené osoby bylo odděleno od pracovišť na maloobchodní úrovni, a to jak fyzicky, tak z hlediska infrastruktury IT;
  - d) Objednatel zajistí, aby v jeho společnosti a ve společnostech ostatních Zasvěcených osob („**Zasvěcené společnosti**“) byl po dobu trvání smlouvy provozován systém řízení bezpečnosti informací v souladu s normou ISO 27001 nebo srovnatelnými standardy;
  - e) Objednatel zajistí, aby práva fyzického a digitálního přístupu k důvěrným informacím obsaženým v Databázi nebyla zpřístupněna zaměstnancům na maloobchodní úrovni;
  - f) Objednatel zajistí, aby všichni zaměstnanci Zasvěcené společnosti byli proškoleni a poučeni o zákonném nakládání s důvěrnými informacemi a aby pravidelně a opakovaně absolvovali školení o dodržování předpisů s cílem zvýšit povědomí o compliance a únicích informací, které porušují předpisy o ochraně hospodářské soutěže. Objednatel zajistí, aby bylo provádění opatření k zajištění souladu s předpisy (compliance) zdokumentováno a aby byli zaměstnanci průběžně a vhodným způsobem kontrolováni kvalifikovanými pověřenci pro compliance.

32.3. Zvláštní závazky uvedené v § 32 platí na doplnění závazků důvěrnosti vyplývajících z § 40 těchto VOP. V případě rozporů mají přednost ustanovení tohoto § 32, pokud je tím dotčeno smluvní plnění v rámci Služby Insights.

### § 33 Zvláštní právo na výpověď

K doplnění ustanovení o výpovědi podle § 39 je OBI CZ oprávněna kdykoli s okamžitou platností a bez dodržení výpovědní lhůty,

- a) ukončit poskytování datového balíčku „Category Development“ a v souladu s tím vypovědět část smlouvy, jakmile budou v příslušné kategorii výrobků působit pouze dva nebo méně poskytovatelů. Pro výpočet počtu poskytovatelů se berou v úvahu pouze poskytovatelé, kteří nejsou považováni za spřízněné společnosti Objednatele nebo jiného poskytovatele v dané kategorii výrobků. Kategorie výrobků jsou definovány oddělením Category Management Skupiny OBI. Každý výrobek je přitom zařazen do jedné hlavní skupiny výrobků („**MPG**“) a jedné podřízené skupiny výrobků („**PG**“). Přístup k datovému balíčku „Category Development“ je poskytován na úrovni MPG. To znamená, že Objednatel může být vyloučen z MPG, včetně všech PG, které jsou s touto MPG spojeny, a přitom si zachovat přístup k ostatním MPG. V případě dílčí výpovědi se měsíční poplatek sníží poměrným dílem;
- b) vypovědět smlouvu, pokud bude ukončená dodavatelská smlouva mezi Objednatelem a příslušnou Společností skupiny OBI.

## ODDÍL E – OBECNÉ INFORMACE

### § 34 Doba platnosti smlouvy

- 34.1. Doba platnosti smlouvy začíná okamžikem sjednaným v objednávce („**Datum zahájení**“) nebo, pokud Datum zahájení není stanoveno, dnem, kdy OBI CZ zahájí realizaci Objednávky.
- 34.2. Není-li v těchto VOP nebo v Objednávce stanoveno jinak, smlouva se uzavírá na dobu neurčitou a může být vypovězena kteroukoli ze stran s tříměsíční výpovědní lhůtou ke konci měsíce.

### § 35 Vady a reklamace vad

- 35.1. Není-li v těchto VOP nebo v Objednávce stanoveno jinak, je Objednatel povinen zkontrolovat soulad služeb OBI CZ se smlouvou bezprostředně po jejich poskytnutí.
- 35.2. Objednatel je povinen oznámit OBI CZ případné vady smluvně sjednané služby neprodleně poté, co se o příslušné vadě dozví, a to alespoň v textové podobě („**Reklamace vad**“).
- 35.3. Objednatel je povinen předat, předat nebo jinak zpřístupnit OBI CZ veškeré dokumenty potřebné k prošetření reklamace.
- 35.4. Pokud Objednatel včas nezkontroluje soulad se smlouvou a/nebo včas neoznámí vady, má se za to, že služba nemá vady.

### § 36 Odpovědnost

- 36.1. OBI CZ ručí neomezeně v případě úmyslu a hrubé nedbalosti, při újmě na životě, těle nebo zdraví, při převzetí záruky v rozsahu záruky a podle zákona o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku.
- 36.2. V případě lehké nedbalosti ručí OBI CZ při porušení podstatné smluvní povinnosti, jejíž splnění je předpokladem řádného plnění smlouvy a na jejíž dodržení může objednatel pravidelně spoléhat („**Podstatná povinnost**“), omezené na typicky předvídatelnou škodu. V ostatním je odpovědnost za škody způsobené lehkou nedbalostí vyloučena.
- 36.3. Ustanovení o odpovědnosti se přiměřeně použijí v případě porušení povinností prostřednictvím pověřenců OBI CZ.
- 36.4. OBI CZ neodpovídá za škody a prodlení při poskytování služeb způsobené poruchami telefonních linek, serverů a jiných zařízení, které nejsou pod kontrolou OBI CZ, ani za poškození a/nebo selhání reklamních nosičů a/nebo reklamních ploch třetími osobami, které nejsou pověřenci, ledaže poškození a/nebo selhání třetí osoby bylo umožněno porušením povinností ze strany OBI CZ.

## § 37 Zproštění odpovědnosti

Objednatel se zavazuje, že na první požádání odškodní OBI CZ a všechny Společnosti skupiny OBI za veškeré ztráty, škody, nároky a náklady (včetně přiměřených nákladů na právní zastoupení), uhradí OBI CZ a Společnostem skupiny OBI škodu a zbaví je odpovědnosti, pokud vzniknou v souvislosti s nároky založenými na porušení ustanovení těchto VOP nebo jiných smluvních ujednání mezi stranami.

## § 38 Vyšší moc

Pokud a dokud existuje případ vyšší moci, jsou strany zproštěny svých povinností plnění od okamžiku výskytu vyšší moci až do jejího ukončení. Vyšší mocí se rozumí vnější událost způsobená elementárními přírodními silami nebo jinými mimořádnými událostmi v životním prostředí nebo jednáním třetích osob, která je podle lidského poznání a zkušenosti nepředvídatelná, které nelze zabránit nebo ji zneškodnit ekonomicky přijatelnými prostředky ani při vynaložení maximální péče, kterou lze za daných okolností rozumně očekávat, a kterou nelze pro její četnost akceptovat. Pokud se služby OBI CZ stanou nemožnými v důsledku vyšší moci nebo pokud již nelze zaručit včasné poskytnutí služeb, OBI CZ o této okolnosti informuje Objednatele. V takovém případě se strany dohodnou na vhodné náhradě.

## § 39 Výpověď

39.1. Obě strany jsou oprávněny vypovědět smlouvu ze závažného důvodu bez dodržení výpovědní lhůty.

39.2. Za závažný důvod se považuje, pokud nelze rozumně očekávat, že strana, která smlouvu vypovídá, bude pokračovat ve smluvním vztahu až do dohodnutého ukončení nebo do uplynutí běžné výpovědní lhůty, a to s přihlédnutím ke všem okolnostem konkrétního případu a při zvážení zájmů obou stran.

39.3. OBI CZ je zejména v následujících případech oprávněna vypovědět smlouvu bez dodržení výpovědní lhůty:

- a) v případě porušení Reklamní směrnice OBI;
- b) pokud příslušný dozorový úřad během trvání smlouvy zcela nebo zčásti zakáže reklamní kampaň;
- c) v případě, že Objednatel odmítne poskytnout OBI CZ součinnost nebo ji neposkytne i přes stanovený termín pro poskytnutí součinnosti a výzvu OBI CZ k poskytnutí součinnosti v přiměřené lhůtě;
- d) pokud se Objednatel dostane do prodlení s platbou splatné úhrady a neuhradí platbu ve stanovené lhůtě ani přes upomínku s přiměřenou lhůtou;
- e) pokud Objednatel zaviněně poruší podstatné smluvní povinnosti, které mu byly uloženy, a přes upomínku s přiměřenou lhůtou nezjedná nápravu ve stanovené lhůtě;
- f) pokud Objednatel zaviněně poruší právní předpisy, které přímo či nepřímo mají význam pro plnění této smlouvy, nebo poruší dobré mravy;
- g) pokud Objednatel poruší povinnost mlčenlivosti;
- h) pokud Objednatel zahájí insolvenční řízení, dostane se do platební neschopnosti, pokud bude jmenován insolvenční správce ve prospěch věřitelů nebo bude ukončena podnikatelská činnost.



## § 40 Důvěrnost

- 40.1. Strany se zavazují zacházet se všemi důvěrnými informacemi jako s přísně důvěrnými a používat je výhradně pro účely zkoumání, posuzování, poradenství, vyjednávání nebo realizace příslušné smlouvy, na jejímž základě byly důvěrné informace předány („**Účel**“).
- 40.2. Strany zpřístupní důvěrné informace třetím stranám pouze s předchozím souhlasem sdělující strany („**Poskytovatel informací**“), který musí být udělen alespoň v textové podobě. Vložení důvěrných informací do AI se rovněž považuje za zpřístupnění, pokud jsou důvěrné informace tímto způsobem nepřímo zpřístupněny třetím stranám – například použitím důvěrných informací pro obecné účely učení AI. Souhlas ve smyslu věty první může být udělen nebo odmítnut pouze podle vlastního uvážení Poskytovatele informací. Přijímající strana („**Přijímající strana**“) je však oprávněna zpřístupnit důvěrné informace i bez předchozího souhlasu svým zástupcům (zástupci a všichni další příjemci, kterým jsou oprávněně zpřístupněny důvěrné informace, společně dále jen „**oprávnění příjemci**“). V každém případě však mohou být důvěrné informace zpřístupněny pouze v rozsahu nezbytném pro daný Účel a vždy za předpokladu, že Přijímající strana zajistí dodržování této smlouvy každým oprávněným příjemcem a že Přijímající strana bude odpovědná za jakékoli porušení této smlouvy kterýmkoli z oprávněných příjemců stejně jako za své vlastní porušení.
- 40.3. „**Zástupci**“ ve smyslu § 40 jsou podle § 15 a násl. německého zákona o akciových společnostech všechny současné a budoucí spřízněné společnosti jedné ze stran („**Spřízněné společnosti**“), jakož i příslušní členové představenstva, členové, vedoucí pracovníci a zaměstnanci strany, resp. Spřízněné společnosti a všichni profesionální poradci, poskytovatelé kapitálu, auditoři a – v případě agentur – nezávislí zákazníci.
- 40.4. Pokud mezi stranami nebylo ujednáno jinak, zahrnuje výraz „**Důvěrné informace**“ – nezávisle na tom, zda byla informace zpřístupněna před nebo po uzavření smlouvy:
- a) veškeré finanční, technické, ekonomické, právní, daňové nebo jiné informace (zejména návrhy, fotografie, technické výkresy, popisy (výrobků), příručky, software, programy, návody, technické, vědecké a ekonomické know-how, provozní postupy, metody, výsledky hodnocení, obchodní nebo technické plány a nabídky), které Poskytovatel informací nebo jeho zástupci zpřístupní Přijímající straně nebo jejím zástupcům nebo se o nich dozvědí jiným způsobem – v jakékoli formě (ústní, písemné, elektronické nebo jiné) a bez ohledu na to, zda jsou považovány za obchodní tajemství podle § 2 bodu 1 německého zákona o ochraně obchodního tajemství (GeschGehG) nebo srovnatelných zákonů jiných států – a jsou označeny jako důvěrné nebo mohou být důvodně klasifikovány jako důvěrné vzhledem k jiným okolnostem,
  - b) skutečnost, že důvěrné informace jsou sdělovány Přijímající straně a/nebo jejím zástupcům, stejně jako existence a obsah veškerých smluv mezi OBI CZ a Objednatelem, stejně jako veškeré ceny, mediální dosah, počty zákazníků, údaje z Databáze Insights Solution a strategie rozvoje podnikání.
- 40.5. Za Důvěrné informace se nepovažují informace, údaje, dokumenty nebo materiály, které
- a) byly před zveřejněním veřejně dostupné nebo se veřejně dostupnými stanou později, aniž by Přijímající strana, její Spřízněné společnosti, její zástupci nebo jakákoli jiná strana porušili podle nejlepšího vědomí Přijímající strany jakoukoli povinnost mlčenlivosti; nebo

- b) byly Přijímající straně nebo jejím zástupcům oprávněně sděleny třetí stranou, aniž by Přijímající strana nebo její zástupci nebo jakákoli jiná strana porušili podle nejlepšího vědomí Přijímající strany jakoukoli povinnost mlčenlivosti; nebo
  - c) byly Přijímající straně nebo jejím zástupcům oprávněně známy před jejich zveřejněním Poskytovatelem informací a/nebo jeho přidruženými společnostmi, aniž by přijímající strana nebo její zástupci nebo jakákoli jiná strana porušili podle nejlepšího vědomí Přijímající strany jakoukoli povinnost mlčenlivosti; nebo
  - d) byly vyvinuté Přijímající stranou nebo jejími zástupci nebo v jejich prospěch bez použití Důvěrných informací; nebo
  - e) byly Poskytovatelem informací výslovně prohlášeny za nedůvěrné, alespoň v textové podobě.
- 40.6. Přijímající strana nese důkazní břemeno, pokud jde o existenci výjimky podle bodu 40.5.
- 40.7. Přijímající strana nebo její zástupci mohou zveřejnit Důvěrné informace, které jsou povinni zveřejnit podle
- a) použitelných právních předpisů nebo požadavků regulačního orgánu nebo státního orgánu, který to zákonně vyžaduje, nebo
  - b) požadavků orgánu burzovního dohledu nebo burzy cenných papírů, na které jsou kótovány akcie Přijímající strany nebo jejích Spřízněných společností nebo které se na Přijímající stranu nebo její zástupce vztahují, nebo
  - c) příkazu, nařízení, ustanovení, předpisu nebo rozhodnutí příslušného soudu, regulačního, soudního nebo státního orgánu nebo srovnatelného orgánu nebo daňového orgánu příslušné jurisdikce jednajícího v rámci výkonu svých pravomocí,
- za předpokladu, že Přijímající strana nebo její zástupci omezí zpřístupnění Důvěrných informací na minimum nezbytné pro splnění svých povinností, a pokud to zákon umožňuje, písemně oznámí tuto povinnost Poskytovateli informací co nejdříve, aby mu poskytli možnost vznést námitky proti požadovanému zpřístupnění.
- 40.8. Přijímající strana je povinna bez zbytečného odkladu informovat Poskytovatele informací, pokud se dozví (včetně svých zástupců), že Důvěrné informace, které obdržela, byly zveřejněny nebo jinak použity v rozporu s těmito VOP.
- 40.9. Závazky uvedené v tomto § 40 platí ve prospěch Spřízněných společností Poskytovatele informací jako smlouva s ochranným účinkem ve prospěch třetích osob.
- 40.10. Poskytovatel informací a jeho Spřízněné společnosti si vždy ponechají veškerá práva duševního vlastnictví (zejména patenty, autorská práva, ochranné známky a práva na know-how) ve vztahu k Důvěrným informacím a Přijímající strana (včetně jejích oprávněných příjemců) nezíská žádná práva duševního vlastnictví ve vztahu k Důvěrným informacím ani na základě smlouvy, ani ze zákona. Přijímající straně ani jejím oprávněným příjemcům se neudělují žádná práva k Důvěrným informacím ani licence k Důvěrným informacím, s výjimkou omezeného práva oprávněných příjemců používat Důvěrné informace pro účely smlouvy.
- 40.11. Přijímající strana a její oprávnění příjemci jsou povinni na písemnou žádost Poskytovatele informací nebo do 30 dnů od ukončení nebo vypršení smlouvy, která vedla k poskytnutí Důvěrných informací, neprodleně vrátit nebo zničit

veškeré dokumenty obsahující Důvěrné informace a trvale vymazat veškerá data na datových nosičích obsahující Důvěrné informace. Soubory a všechny kopie pořízené v této souvislosti, které obsahují Důvěrné informace (v jakékoli podobě, zejména shrnutí, kopie a výpisy Důvěrných informací), musí být vymazány ze všech nosičů dat nebo, pokud jsou k dispozici ve ztělesněné podobě, zničeny.

- 40.12. Příjímající strana a její oprávnění příjemci nejsou povinni – za předpokladu, že uchovávané Důvěrné informace jsou důvěrné v souladu s podmínkami této Smlouvy – odstranit Důvěrné informace nebo shrnutí, poznámky, analýzy, sbírky, studie nebo jiné dokumenty obsahující důvěrné informace, pokud
- a) jsou uloženy v zálohách nebo archivech počítačového systému, který obsahuje nebo dříve obsahoval Důvěrné informace, pokud zálohování nebo archivace probíhá v rámci běžného provozu tohoto počítačového systému a takto uložené Důvěrné informace není možné rozumně vymazat,
  - b) musí být uchovávány Příjímající stranou a jejími oprávněnými příjemci pro účely pojištění profesní odpovědnosti, postupů interního auditu nebo pro účely interního řízení; nebo
  - c) musí být Příjímající stranou a jejími oprávněnými příjemci uchovávány podle platných právních předpisů nebo podle požadavků jakéhokoli příslušného soudního, státního nebo regulačního orgánu nebo podobného orgánu nebo podle pravidel či předpisů jakékoli komise pro cenné papíry nebo burzy cenných papírů, na které jsou cenné papíry Příjímající strany nebo jejich oprávněných příjemců kótovány nebo obchodovány, nebo pro účely auditu.
- 40.13. Za každé jednotlivé zaviněné porušení povinnosti mlčenlivosti podle § 31a § 40 těchto VOP je OBI CZ oprávněna požadovat po Objednateli zaplacení smluvní pokuty, jejíž výši určí OBI CZ podle svého uvážení a v případě sporu její přiměřenost přezkoumá soud. Pokud jsou Důvěrné informace v rámci jednoho úkonu předány více adresátům, např. při zaslání e-mailu více adresátům, náleží smluvní pokuta za každého adresáta. Zaplacení smluvní pokuty nevylučuje uplatnění nároku na soudní zákaz nebo další náhradu škody, pokud jsou předloženy příslušné důkazy. V takovém případě si Objednatel vyhrazuje právo prokázat, že škoda nevznikla vůbec nebo v jiné než stanovené výši. Smluvní pokuta se připočte k případné náhradě škody.
- 40.14. Hrozí-li porušení nebo pokračování v porušování těchto VOP způsobené Příjímající stranou nebo jí přičitatelné, je Poskytovatel informací oprávněn získat soudní zákaz v rámci předběžné právní ochrany, aniž by musel prokazovat skutečnou nebo potenciální škodu.

## § 41 Referenční právo

OBI CZ je oprávněna používat jméno a logo Objednatele, jakož i popis služby poskytované OBI CZ (společně „**Referenční údaje**“) jako referenci za účelem reklamy na služby OBI CZ vůči třetím osobám („**Referenční účel**“). OBI CZ je oprávněna veřejně uvádět Referenční údaje na internetových stránkách Společností skupiny OBI a v prezentacích, jako jsou pitch decky – včetně všech značek, loga společnosti nebo jiných ochranných známek Objednatele obsažených v logu. Objednatel převádí na OBI CZ potřebná práva k užití, která mohou být sublicencována Společnostem skupiny OBI a která jsou obsahově omezena na Referenční účel, ale nepodléhají žádným prostorovým ani časovým omezením.

## § 42 Compliance a Etický kodex

- 42.1. Objednatel se zavazuje dodržovat platné zákony a předpisy, jakož i Etický kodex OBI pro obchodní partnery (dále jen „Etický kodex“). Tento Etický kodex stanoví očekávání, která jsou zakotvena také v Prohlášení o zásadách skupiny OBI. Objednatel se zavazuje vyvinout přiměřené úsilí, aby zajistil, že jeho přímí obchodní partneři budou rovněž dodržovat zásady stanovené v Etickém kodexu.
- 42.2. OBI CZ a třetí strany pověřené OBI CZ si mohou kdykoli vyžádat od Objednatele příslušné informace a dokumenty za účelem ověření dodržování předpisů a provedení kontrolních opatření, pokud existuje důvodné podezření na porušení Etického kodexu.
- 42.3. Objednatel je povinen neprodleně informovat OBI CZ, pokud se dozví o jakémkoli porušení Etického kodexu ve své vlastní obchodní oblasti nebo u svých přímých či nepřímých obchodních partnerů zapojených do spolupráce se OBI CZ. Objednatel je povinen neprodleně přijmout opatření, aby porušením a jejich negativním vlivům pokud možno zabránil a ukončil je.
- 42.4. Pokud Objednatel opakovaně nebo závažným způsobem poruší Etický kodex nebo zásady a povinnosti stanovené v tomto § 42, je OBI CZ oprávněna – aniž by byla dotčena jakákoli jiná práva a opravné prostředky – ukončit obchodní vztah s Objednatelem mimořádnou výpovědí s okamžitou platností.
- 42.5. Dále má v případě porušení nebo důvodného podezření na porušení OBI CZ právo dočasně pozastavit obchodní vztah, dokud nebude porušení napraveno nebo podezření vyvráceno.

## § 43 Používání AI

Pokud Objednatel používá model AI nebo systém AI ve smyslu nařízení (EU) 2024/1689 („**Nařízení AI**“) (model AI a systém AI dále jednotlivě a společně jako „**Umělá inteligence**“) v rámci obchodního vztahu s OBI CZ, zavazuje se Objednatel:

(a) Umělá inteligence, která pracuje s údaji OBI nebo údaji zaměstnanců OBI, bude používat pouze v uzavřených systémových prostředích a údaje nebude používat pro účely učení Umělé inteligence nad rámec aplikace pro OBI;

(b) používat Umělou inteligenci pouze zaměstnanci, kteří disponují nezbytnými kompetencemi v oblasti umělé inteligence ve smyslu článku 4 Nařízení AI;

c) dodržovat zákonné požadavky na označování v souvislosti s používáním Umělé inteligence, zejména požadavky Nařízení AI;

#### § 44 Postoupení, započtení, zadržovací práva

- 44.1. OBI CZ je oprávněna kdykoli postoupit své pohledávky za Objednatelem vyplývající z Objednávky na jednu nebo více Společnostmi skupiny OBI. OBI CZ je rovněž oprávněna započíst své vlastní pohledávky proti pohledávkám Objednatele; to platí i pro pohledávky, které má Objednatel vůči jiným Společnostem skupiny OBI, přičemž se upouští od požadavku vzájemnosti.
- 44.2. Započtení nebo uplatnění zadržovacího práva nebo práva odmítnout plnění ze strany OBI CZ je možné, pokud OBI CZ má vůči Objednateli práva nebo pohledávky, a to bez ohledu na to, zda se případné protipohledávky OBI CZ vztahují k právnímu úkonu, z něhož Objednatel odvozuje své nároky.
- 44.3. Započtení nebo uplatnění zadržovacího práva nebo práva odmítnout plnění ze strany Objednatele je možné pouze u nesporných nebo právoplatně zjištěných pohledávek. Tato práva může Objednatel uplatnit pouze v případě, že se protipohledávky zakládají na stejném smluvním vztahu.

#### § 45 Výhrada změn

- 45.1. Bez ohledu na bod 46.8 může OBI CZ tyto VOP změnit, pokud je to nezbytné pro přiměřené pokračování a plnění smluvního vztahu z níže uvedených důvodů:
- a) vyplnění vzniklých mezer ve smlouvě, pokud mezera v těchto VOP, která vznikla po uzavření smlouvy, způsobuje nezanedbatelné obtíže při plnění smlouvy (např. judikatura prohlásí určité ustanovení za neplatné) a nelze ji odstranit jiným způsobem; nebo
  - b) přizpůsobení těchto VOP změnám právního stavu (např. změnám příslušných zákonů nebo rozhodnutí nejvyšších soudů), pokud je to nezbytné k zajištění zákonnosti a jiné právní slučitelnosti těchto VOP a plnění a protiplnění;
  - c) obnovení rovnocennosti plnění a protiplnění, pokud je tato po uzavření smlouvy v nezanedbatelné míře narušena nepředvídatelnými změnami právních nebo jiných rámcových podmínek (např. změnami právních předpisů, pokud jejich konkrétní obsah nebyl již předvídatelný – např. ve fázi mezi ukončením formálního legislativního postupu a jejich vstupem v platnost). To platí pouze v případě, že OBI CZ tyto změny neinicuje a nemá na ně žádný vliv, nebo
  - d) zohlednění úprav v organizaci společnosti, pokud je to přiměřené.



- 45.2. OBI CZ bude informovat Objednatele o plánované změně VOP nejméně šest týdnů před plánovaným vstupem změněných VOP v platnost.
- 45.3. Objednatel může bez výpovědní lhůty a bezplatně vypovědět část smlouvy, které se změna týká, a to k navrženému datu, kdy změny nabývají účinnosti. Pokud Objednatel neučiní výpověď před nabytím účinnosti změněných VOP, považují se tyto za přijaté a rozhodující pro další smluvní vztah. O obou bodech musí být Objednatel v oznámení výslovně informován.

## **§ 46 Závěrečná ustanovení**

- 46.1. Tyto VOP a všechny Objednávky v souvislosti s těmito VOP podléhají právu Spolkové republiky Německo s vyloučením Úmluvy OSN o smlouvách o mezinárodní koupi zboží.
- 46.2. Výhradním místem soudní příslušnosti pro všechny spory mezi stranami vyplývající z těchto VOP nebo v souvislosti s nimi je Kolín nad Rýnem.
- 46.3. Případné všeobecné obchodní podmínky Objednatele jsou vyloučeny a nestávají se součástí smlouvy. To platí i v případě, že je Objednatel zašle OBI CZ – v jakékoli formě nebo z jakéhokoli důvodu – a OBI CZ proti nim nevznesne námitky.
- 46.4. Pokud by některé ustanovení těchto VOP nebo souvisejících Objednávek bylo nebo se stalo neplatným nebo nevymahatelným nebo by se vyskytla právní mezera, nemá to vliv na platnost ostatních ustanovení těchto VOP nebo souvisejících Objednávek. V takovém případě se má za to, že neplatné nebo nevymahatelné ustanovení bude nahrazeno právně platným ustanovením, které se nejvíce blíží zamýšlenému hospodářskému účelu neplatného nebo nevymahatelného ustanovení, pokud OBI CZ nevyužije svého práva na změnu podle bodu 45.1. To platí i pro případné právní mezery.
- 46.5. OBI CZ je oprávněna kdykoli převést práva a povinnosti vyplývající ze smluv s Objednatelem zcela nebo zčásti na jiné Společnosti skupiny OBI. V ostatních případech je k postoupení práv a povinností na třetí osoby nutný předchozí souhlas druhé strany, který nesmí být bezdůvodně odepřen.
- 46.6. Pokud OBI CZ nevyužije nebo neuplatní žádné právo nebo opravný prostředek poskytnutý podle těchto VOP, nepovažuje se to za vzdání se těchto práv a opravných prostředků. Jakékoli právo přiznané OBI CZ ve VOP existuje kumulativně a souběžně s jakýmkoli jinými právy a opravnými prostředky přiznanými zákonem nebo platnými předpisy jakékoli jurisdikce.
- 46.7. Objednatel může uplatnit právo na odmítnutí plnění nebo zadržovací právo pouze v případě, že se protinárok zakládá na stejném smluvním vztahu a byl pravomocně zjištěn nebo uznán OBI CZ.
- 46.8. Tyto VOP a jejich přílohy spolu s příslušnou Objednávkou představují úplnou dohodu mezi stranami ohledně příslušné Objednávky. Změny, doplňky nebo zrušení těchto VOP či Objednávek musí být učiněny písemně, aby byly účinné, přičemž požadavek písemné formy splňuje elektronický dokument s elektronickým podpisem a podpisovým protokolem s využitím softwaru pro elektronický podpis.
- 46.9. Tyto VOP byly vyhotoveny v německém a českém jazyce, přičemž německá verze je rozhodující.





## Příloha č. 1 – Popis datových balíčků Retail Insights

### 1. Basic

Datový balíček „Basic“ obsahuje následující datové body pro všechny položky uvedené pod definovanými čísly dodavatelů:

- objem prodeje za týden a měsíc za posledních 104 týdnů pro každé zboží a každou kategorii, jakož i hlavní kategorii, vykázaný podle prodejny OBI, spolkové země a státu;
- částku prodeje za týden a měsíc za posledních 104 týdnů pro každé zboží a každou kategorii, jakož i hlavní kategorii, vykázanou podle prodejny OBI, spolkové země a státu;
- roční srovnání mezi aktuálním a předchozím rokem, roční delta může být vykázaná za týden a měsíc;
- počet zobrazení stránky s detailem produktu na maloobchodní platformě OBI za posledních 104 týdnů;
- rozčlenění prodejů podle dostupných prodejních kanálů (prodej v kamenné prodejně, vyzvednutí v prodejně po online rezervaci a doručení domů po online nákupu) pro všechny výše uvedené úrovně agregace údajů o prodeji;
- atributy jednotlivého zboží: číslo artiklu dodavatele, EAN a volitelně atributy zboží specifické pro zákazníka.

Mimoto obsahuje datový balíček „Basic“ následující údaje:

- údaje o počasí (srážky a průměrná teplota) pro každou prodejnu OBI;
- informace o nemovitostech všech prodejen OBI s ohledem na jejich účast v heyOBI, dostupnost půjčovny vybavení, půjčovny dopravních prostředků, zahradního centra, haly se stavebním materiálem, servisu pro kutily, plánovače koupelen, plánovače kuchyní, plánovače zahrad, jakož i obchodní model (vlastní prodejna vs. franšizová prodejna), velikost a shluky lokalit, jakož i individuálně definovatelné atributy prodejen.

Datový balíček „Basic“ obsahuje následující dashboardy / předpřipravené analýzy:

- vývoj obrátu v průběhu času;
- regionální rozložení prodeje (včetně analýzy průměrného obrátu za den a prodejnu OBI a příspěvku k růstu na prodejnu OBI);
- vývoj zobrazení produktů online v průběhu času;
- poměr počtu zobrazení produktů a skutečného prodeje online;
- rozdělení prodeje mezi jednotlivé prodejny OBI (prodejny lze filtrovat podle charakteristik prodejny);
- srovnání vybraných oblastí prodeje (top 5, flop 5 podle zvolených filtrů).

### 2. Stock

Datový balíček „Stock“ obsahuje následující datové body pro všechny druhy zboží uvedené pod definovanými čísly dodavatelů:

- stav zásob za posledních 52 týdnů na daný druh zboží pro každou prodejnu OBI ke stanovenému datu v týdnu;
- stacionární dostupnost zboží, kategorie nebo hlavní kategorie v %. Stacionární dostupnost v % udává procento prodejen, ve kterých by daný druh zboží měl být dostupný a ve zvoleném období byl skutečně dostupný.
- počet prodejen OBI, ve kterých se prodává nebo prodával daný druh zboží;
- stacionární dosah druhu zboží/kategorie/hlavní kategorie v týdnech (celkem/za prodejnu). Stacionární dosah se vypočítá z průměrné poptávky za poslední 4 týdny a aktuálních

skladových zásob. Udává, kolik týdnů by ještě zásoba vydržela, pokud by budoucí poptávka odpovídala průměrné poptávce za poslední 4 týdny;

- online dostupnost druhu zboží, kategorie nebo hlavní kategorie v %. **Online dostupnost** udává procento zákazníků, kteří navštívili stránku s podrobnostmi o zboží a kteří si mohli toto zboží zakoupit. Jinými slovy, tento ukazatel udává procento těchto zákazníků, kterým bylo zboží zobrazeno jako „dostupné ke koupi“ (HD dostupnost) a mohli si ji přidat do nákupního košíku v online shopu.

Datový balíček „Stock“ obsahuje následující dashboardy / předpřipravené analýzy:

- vývoj dostupnosti produktu během posledních 52 týdnů;
- dostupnost sortimentu a přehled dosahu;
- podrobná analýza stavu zásob podle jednotlivých prodejen OBI a druhu zboží.

### 3. Category Development

Datový balíček „Category Development“ obsahuje následující datové body pro všechny druhy zboží uvedené pod definovanými čísly dodavatelů:

- relativní vývoj obrátu podkategorií a hlavních kategorií v OBI ve vybraném období a na základě vybraného srovnávacího období (lze zvolit v posledních 25 měsících);
- relativní vývoj obrátu všech druhů zboží uvedených pod definovanými čísly dodavatelů ve zvoleném období a na základě zvoleného srovnávacího období (lze zvolit za posledních 25 měsíců);
- příspěvek k růstu každé podkategorie a hlavní kategorie;
- podíl obrátu podkategorie na celkovém prodeji hlavní kategorie;
- podíl obrátu jednotlivých prodejních kanálů (prodej v kamenné prodejně, vyzvednutí v prodejně po online rezervaci a doručení domů po online nákupu) v podkategorii.

Datový balíček „Stock“ obsahuje následující dashboardy / předpřipravené analýzy:

- vývoj obrátů jednotlivých kategorií v určitém období ve srovnání se srovnávacím obdobím;
- vývoj obrátu za posledních 52 týdnů.