
**Condizioni generali di contratto
di OBI Italia S.r.l.**

Indice dei contenuti

Indice delle parole chiave	4
Sezione A – Considerazioni generali	5
§ 1 Campo di applicazione.....	5
§ 2 Conclusione del contratto	5
§ 3 Contratti con le Agenzie	5
§ 4 Società del Gruppo OBI	5
Sezione B – Servizi media.....	6
§ 5 Campo di applicazione.....	6
§ 6 Oggetto del contratto e definizioni in caso di Servizi Media	6
§ 7 Requisiti della Campagna Pubblicitaria.....	7
§ 8 Informazioni sull’Ordine incomplete, recesso e risoluzione	7
§ 9 Responsabilità e obblighi del Cliente	8
§ 10 Rifiuto, disattivazione, modifica e rimozione del Materiale Pubblicitario.....	9
§ 11 Produzione e costi di produzione del Materiale Pubblicitario.....	10
§ 12 Durata della Campagna Pubblicitaria	11
§ 13 Servizi Creativi.....	11
§ 14 Servizi di Consulenza.....	12
§ 15 Diritto di Utilizzo	12
§ 16 Obblighi di segnalazione del Cliente	13
§ 17 Obblighi relativi alla pubblicazione del Materiale Pubblicitario	13
§ 18 Prezzi e condizioni di pagamento	13
Sezione C – Risultati di Ricerca Sponsorizzati	14
§ 19 Campo di applicazione.....	14
§ 20 Oggetto e definizione dei Risultati di Ricerca Sponsorizzati	14
§ 21 Criteri per le inserzioni relative ai prodotti e i Risultati di Ricerca Sponsorizzati ..	15
§ 22 Requisiti per la fornitura del servizio Risultati di Ricerca Sponsorizzati	16
§ 23 Obblighi relativi ai Risultati di Ricerca Sponsorizzati.....	16
§ 24 Modalità di fatturazione	16
Sezione D – Banca Dati di Insights Solutions	16
§ 25 Campo di applicazione.....	16
§ 26 Oggetto del contratto Insights Solutions	16
§ 27 Messa a disposizione della Banca Dati.....	17
§ 28 Diritti di utilizzo e requisiti	17
§ 29 Account utente e protezione dei dati	18
§ 30 Requisiti tecnici.....	18
§ 31 Prezzo	18

§ 32	Riservatezza speciale.....	19
§ 33	Diritto speciale di risoluzione.....	20
Sezione E – Condizioni Generali		20
§ 34	Durata del contratto	20
§ 35	Verifica di vizi, errori e difetti.....	20
§ 36	Responsabilità.....	21
§ 37	Manleva.....	21
§ 38	Forza maggiore.....	21
§ 39	Recesso e Risoluzione.....	21
§ 40	Accordo di Riservatezza	22
§ 41	Diritto di menzione da parte di OBI Italia a fini promozionali.....	25
§ 42	Conformità e Codice di Comportamento e Modello 231	25
§ 43	Utilizzo dell’AI.....	26
§ 44	Cessione, compensazione e subappalto	27
§ 45	Modifiche	27
§ 46	Disposizioni finali.....	28
Allegato 1 – Descrizione dei pacchetti di Insights Solutions		31

INDICE DELLE PAROLE CHIAVE

Non è stata trovata alcuna voce d'indice.

SEZIONE A – CONSIDERAZIONI GENERALI

§ 1 Campo di applicazione

Le presenti Condizioni Generali di contratto ("**CGC**") si applicano a tutti gli ordini e ai contratti tra OBI Italia S.r.l., società con sede legale in via A. Volta 16, 20093, Cologno Monzese (MI), codice fiscale, partita IVA e numero di iscrizione al Registro imprese di Milano, Monza, Brianza, Lodi 00508260973, n. REA MI-1681656, capitale sociale i.v. 10.650.000,00 euro ("**OBI Italia**") e terzi ("**Cliente**") (OBI e Cliente, ciascuno individualmente, una "**Parte**" e insieme le "**Parti**"), nella misura in cui hanno per oggetto uno dei servizi descritti nelle sezioni da B a D.

§ 2 Conclusione del contratto

- 2.1. Il contratto per la fornitura di un servizio descritto nelle sezioni da B a D si conclude sulla base di un singolo ordine (di seguito "**Ordine**"), che deve essere effettuato per iscritto.
- 2.2. I termini del rapporto contrattuale – in particolare per quanto riguarda il tipo, la portata, la durata e i prezzi dei rispettivi servizi – sono indicati nello specifico Ordine, a integrazione delle sezioni rilevanti delle presenti CGC.
- 2.3. Gli Ordini sono soggetti a modifiche. OBI Italia sarà tenuta a fornire i servizi solo a seguito della propria accettazione degli Ordini emessi dal Cliente. Gli Ordini, pertanto, non sono vincolanti per OBI Italia, ed il relativo contratto non sarà concluso, fino ad espressa accettazione dell'Ordine da parte di OBI Italia.
- 2.4. I termini e le singole disposizioni di un Ordine si applicano esclusivamente all'Ordine in questione e non hanno alcun effetto vincolante tra le Parti in relazione ad altri Ordini, a meno che non sia stato espressamente concordato nell'Ordine ed accettato da parte di OBI Italia .

§ 3 Contratti con le Agenzie

Se il contratto è stipulato tra un intermediario come, ad esempio, un'agenzia di comunicazione ("**Agenzia**") e OBI Italia,

- a) in caso di dubbio, il contratto viene stipulato esclusivamente tra l'Agenzia e OBI Italia;
- b) l'Agenzia deve specificare espressamente e per iscritto che un ordine è stato effettuato in nome e per conto di un suo cliente;
- c) i servizi possono essere utilizzati da, elaborati da o trasmessi al solo al cliente indicato a OBI Italia e non per scopi di terzi, senza che a tal fine sia necessario il consenso per iscritto di OBI Italia;
- d) eventuali materiali o altre indicazioni forniti direttamente dai clienti dell'Agenzia a OBI Italia saranno considerati materiali e indicazioni dell'Agenzia stessa.

§ 4 Società del Gruppo OBI

- 4.1. OBI Italia fa parte del Gruppo OBI. Il Gruppo OBI è costituito da Olympics Baumarkt Holding GmbH, OBI Group Holding Management SE, OBI Group Holding SE & Co. KGaA ("**OGH**") e da tutte le società che di volta in volta risultano controllate, controllanti, collegate o soggetta a comune controllo di OGH, ai sensi dell'art. 2359 comma 1 del codice civile, nonché da tutti gli affiliati al sistema di franchising gestito da OGH o da una società del Gruppo OBI (ciascuna una

“Società del Gruppo OBI” collettivamente le “Società del Gruppo OBI” o il “Gruppo OBI”).

- 4.2. OBI Italia può coinvolgere le Società del Gruppo OBI per la fornitura dei servizi contrattualmente dovuti. Se e nella misura in cui le Società del Gruppo OBI partecipino alla fornitura dei servizi contrattualmente dovuti, le disposizioni delle presenti CGC e degli Ordini a favore di OBI Italia si applicano anche a favore di tali Società del Gruppo OBI.

SEZIONE B – SERVIZI MEDIA

§ 5 Campo di applicazione

Nella misura in cui il contratto tra OBI Italia e il Cliente abbia per oggetto la fornitura di Servizi Media ai sensi del punto 6.1, si applicano, oltre alle sezioni A ed E, le disposizioni della presente sezione B.

§ 6 Oggetto del contratto e definizioni in caso di Servizi Media

- 6.1. La fornitura di Servizi Media ("**Ordine Media**") può includere le seguenti prestazioni di OBI Italia:
- a) la visualizzazione, l'esposizione, l'affissione, la trasmissione e/o qualsiasi altra forma di pubblicazione di materiale pubblicitario tramite spazi pubblicitari analogici (punto 6.4) e/o digitali (punto 6.5), nonché l'esecuzione di altre attività pubblicitarie (ad es. Brand Shops o Biber Partner Deals) per la promozione delle vendite ("**Campagna Pubblicitaria**");
 - b) la realizzazione (in particolare mediante stampa), l'installazione, la manutenzione e lo smantellamento del materiale pubblicitario da parte di OBI Italia ("**Servizi Tecnici**");
 - c) l'ideazione di materiali pubblicitari e Campagne Pubblicitarie ("**Servizi Creativi**");
 - d) la consulenza prima, durante e/o dopo la Campagna Pubblicitaria ("**Servizi di Consulenza**").
- 6.2. OBI Italia è tenuta a garantire un determinato numero di contatti lordi, click o prestazioni analoghe solo nella misura in cui ciò sia stato espressamente concordato nel rispettivo Ordine.
- 6.3. Per "**Materiale Pubblicitario**" si intendono tutti i contenuti, quali testi, immagini, video, sequenze audio, pagine web e altri media, che devono essere pubblicati su spazi pubblicitari analogici o digitali per il Cliente nell'ambito di una Campagna Pubblicitaria.
- 6.4. Per "**Spazi Pubblicitari Analogici**" si intendono gli spazi pubblicitari disponibili in forma fisica o che sono trasmessi con mezzi fisici, inclusi a titolo esemplificativo e non esaustivo mezzi di affissione e stampa. Tra questi rientrano, ad esempio, i tabelloni e gli spazi per l'affissione di manifesti di grande formato nel settore della pubblicità esterna (ad esempio cartelloni pubblicitari 18/1).
- 6.5. Per "**Spazi Pubblicitari Digitali**" si intendono in particolare gli spazi pubblicitari nel settore dei media elettronici. Tra queste rientrano, tra l'altro, pagine web e

applicazioni per dispositivi mobili ("**Apps**") nonché spazi pubblicitari nel settore dei video pubblici (ad es. video wall) e dei media audio (ad es. instore radio).

§ 7 Requisiti della Campagna Pubblicitaria

- 7.1. Al momento dell'Ordine, le Parti concordano gli elementi di una Campagna Pubblicitaria che il Cliente deve fornire, come il Materiale Pubblicitario e le informazioni sui prodotti (collettivamente, "**Materiale del Cliente**"), nonché i relativi tempi e i luoghi di consegna.
- 7.2. Qualora le Parti non abbiano concordato termini e luoghi di consegna, il Cliente deve mettere a disposizione di OBI Italia tutto il Materiale del Cliente necessario per l'esecuzione dell'Ordine al più tardi entro 30 giorni prima dell'inizio della Campagna Pubblicitaria. A discrezione di OBI Italia, il Cliente deve mettere a disposizione di OBI Italia tutto il Materiale del Cliente presso la sua sede operativa o – per quanto possibile – via e-mail.
- 7.3. Il Cliente deve rispettare le direttive tecniche impartite da OBI Italia, come le dimensioni, il materiale e il tipo di file, al fine di rendere possibile la pubblicazione e la compatibilità con gli Spazi Pubblicitari.
- 7.4. Il Materiale del Cliente, nonché tutte le pagine web, le Apps o altri contenuti a cui rimanda il Materiale Pubblicitario, ad esempio tramite codici QR o link abbreviati, non devono contenere pubblicità e / o elementi relativi a:
 - a) sostanze stupefacenti e prodotti del tabacco;
 - b) bevande alcoliche;
 - c) gioco d'azzardo;
 - d) prodotti erotici o rappresentazioni a sfondo sessuale;
 - e) partiti politici, iniziative civiche, associazioni religiose o estremiste o altri messaggi o simboli politici o religiosi;
 - f) prodotti medicinali;
 - g) concorrenti del Gruppo OBI;
 - h) armi;
 - i) contenuti violenti o che istigano alla violenza;
 - j) dichiarazioni estreme, provocazioni o insulti discriminatori, contrari all'ordine pubblico e al buon costume;
 - k) contenuti che siano o possano essere in qualsiasi modo dannosi o comunque inadatti ai minori (il paragrafo 7.4 è definito come "**Linee Guida OBI per la Pubblicità**").

§ 8 Informazioni sull'Ordine incomplete, recesso e risoluzione

- 8.1. Il Cliente deve fornire a OBI Italia, al più tardi al momento dell'invio dell'Ordine, tutte le informazioni necessarie affinché OBI Italia possa valutare e accettare l'Ordine Media. Ciò comprende:
 - a) il nome dell'inserzionista;
 - b) la durata e la portata della Campagna Pubblicitaria prevista;
 - c) eventuali requisiti di sicurezza del marchio;
 - d) una descrizione concreta del prodotto o del servizio da pubblicizzare;

- e) il Materiale Pubblicitario da diffondere;
 - f) le specifiche tecniche richieste per il Materiale Pubblicitario (i punti a) – f) del paragrafo 8.1 sono congiuntamente definiti “**Informazioni sulla Campagna**”).
- 8.2. Qualora il Cliente non fornisca a OBI Italia le Informazioni sulla Campagna al momento dell’inoltro dell’Ordine, OBI Italia ha il diritto di recedere dall’Ordine Media anche dopo l’accettazione, quando, al momento della trasmissione successiva delle Informazioni sulla Campagna e a seguito di verifica da parte di OBI Italia delle Informazioni sulla Campagna, emerge che OBI Italia non avrebbe accettato l’Ordine Media o lo avrebbe fatto solo a condizioni diverse se fosse stata a conoscenza delle Informazioni sulla Campagna mancanti. OBI Italia ha, inoltre, il diritto di risolvere l’Ordine Media anche dopo l’accettazione, qualora il Cliente non abbia fornito le Informazioni sulla Campagna al momento dell’Ordine e, anche dopo aver ricevuto l’intimazione di OBI Italia a fornire tutte le Informazioni sulla Campagna entro un congruo termine, non fornisca tali informazioni.

§ 9 Responsabilità e obblighi del Cliente

- 9.1. Il Cliente è l’unico responsabile del Materiale Pubblicitario e del Materiale del Cliente. Qualora il Materiale del Cliente risulti manifestamente danneggiato, OBI Italia ne informerà il Cliente. OBI Italia non ha tuttavia alcun obbligo di controllare attivamente i Materiali del Cliente, in particolare per quanto riguarda il rispetto dei requisiti di legge e che il Materiale del Cliente fornito sia in quantità e qualità sufficienti per le finalità per cui deve essere utilizzato.
- 9.2. Qualora nel Materiale del Cliente siano incorporati URL, link abbreviati, codici QR o altri reindirizzamenti, il Cliente garantisce che tali reindirizzamenti funzionino correttamente durante la Campagna Pubblicitaria.
- 9.3. Il Cliente garantisce che tutte le favorevoli condizioni pubblicizzate attraverso il Materiale Pubblicitario saranno disponibili per i clienti finali per tutta la durata della Campagna Pubblicitaria.
- 9.4. Il Cliente garantisce che i Materiali del Cliente, i reindirizzamenti ai sensi del paragrafo 9.2 nonché le pagine web, le Apps e gli altri contenuti ai quali un Materiale Pubblicitario rimanda non contengano o trasmettano software dannosi. Per software dannosi si intendono i malware quali virus, worm, trojan o altri codici o programmi dannosi che hanno lo scopo di danneggiare, intercettare segretamente o influenzare negativamente un sistema o dei dati. Il Cliente si impegna a utilizzare di programmi di controllo e protezione conformi allo stato attuale della tecnica per proteggersi da software dannosi.
- 9.5. Il Cliente garantisce che il Materiale Pubblicitario e i Materiali del Cliente non violino i diritti di terzi e soddisfino i requisiti di legge, in particolare:
 - a) diritto della concorrenza,
 - b) diritto d’autore,
 - c) diritti di proprietà intellettuale e sui marchi,
 - d) diritti sui disegni, brevetti e modelli,
 - e) norme sulla protezione dei dati,
 - f) diritti personalissimi di soggetti terzi,
 - g) tutela dei minori nei mezzi di comunicazione,
 - h) altre norme applicabili ai mezzi di comunicazione.
- 9.6. Il Cliente deve controllare immediatamente la Campagna Pubblicitaria dopo la sua prima pubblicazione per verificarne la correttezza del contenuto e del

posizionamento e comunicare immediatamente per iscritto a OBI Italia eventuali errori. Qualora il Cliente tralasci di procedere alla verifica senza giusti motivi o non comunichi la presenza di vizi a OBI Italia entro un breve termine dalla pubblicazione, la Campagna Pubblicitaria sarà considerata accettata e priva di difetti.

- 9.7. Il Cliente si impegna a informare immediatamente OBI Italia nel caso emerga che i Materiali del Cliente violino le leggi vigenti o violino o pregiudichino diritti di terzi di qualsiasi natura.

§ 10 Rifiuto, disattivazione, modifica e rimozione del Materiale Pubblicitario

- 10.1. OBI Italia ha il diritto, anche dopo l'accettazione di un Ordine e durante la Campagna Pubblicitaria, di rifiutare i Materiali del Cliente e di interrompere la pubblicazione qualora sussistano motivi per interrompere la Campagna. I motivi per interrompere la Campagna consistono in evidenze concrete che i Materiali del Cliente:
- a) non abbiano alcuna relazione con il prodotto o il servizio individuato nell'Ordine;
 - b) violino una qualsiasi legge, norma o regolamento applicabile;
 - c) contengano informazioni non veritiere o non verificabili;
 - d) pregiudichino i diritti di terzi;
 - e) siano tecnicamente e/o qualitativamente significativamente inadeguati;
 - f) violino le Linee Guida OBI per la Pubblicità (paragrafo 7.4);
 - g) presentino un rischio significativo di arrecare danno alla reputazione di OBI Italia, delle Società del Gruppo OBI e/o dei marchi OBI, ad esempio perché pubblicizzano persone la cui reputazione pubblica notoriamente negativa potrebbe riflettersi negativamente sull'azienda.
- 10.2. Nella misura in cui le circostanze lo consentano e in considerazione degli interessi legittimi delle Società del Gruppo OBI, prima di attuare le misure di cui al paragrafo 10.1 OBI Italia invierà apposita comunicazione al Cliente, indicandone le ragioni.
- 10.3. Qualora siano state annunciate le misure di cui al paragrafo 10.2 o attuate le misure ai sensi del paragrafo 10.1 spetta al Cliente dimostrare che non vi sono ragioni per interrompere la Campagna Pubblicitaria. OBI Italia cesserà di porre in essere le suddette misure non appena il Cliente avrà fornito tali prove.
- 10.4. L'obbligo di pagamento del compenso rimane invariato indipendentemente dall'adozione di una misura giustificata ai sensi del punto 10.1. Le eventuali spese risparmiate, purché documentate dal Cliente, saranno detratte dal corrispettivo.
- 10.5. Al termine della Durata della Campagna Pubblicitaria, il Materiale Pubblicitario non sarà più riprodotto sui video wall. Il Materiale Pubblicitario sulla cartellonistica sarà coperto nascondendo o applicando altro materiale pubblicitario all'inizio di un ordine successivo. L'ordine successivo non deve necessariamente coincidere immediatamente con il termine della Campagna Pubblicitaria del Cliente. I costi per la copertura del Materiale Pubblicitario richiesta dal Cliente in una data precedente rispetto a quella stabilita nell'Ordine (ad es. alla fine della campagna pubblicitaria) sono a carico del Cliente. Questi non sono inclusi nel prezzo dell'Ordine.
- 10.6. Il Cliente sostiene i costi di rimozione del Materiale Pubblicitario derivanti dalla cessazione anticipata a qualsiasi titolo del contratto e/o dalla necessità di una

copertura, di cui è responsabile. Il Cliente è considerato responsabile in particolare se:

- a) sulla base di materiale pubblicitario fornito dal Cliente o di altro materiale messo a disposizione, sussistono diritti di cessazione d'uso e rimozione di soggetti terzi legalmente accertati e soggetti terzi possono presentare un titolo di cessazione o rimozione corrispondente;
- b) la Campagna Pubblicitaria deve essere sospesa a causa del Materiale del Cliente.

10.7. Ove possibile, OBI Italia prenderà in considerazione ed eseguirà le successive richieste di modifica del Materiale Pubblicitario da parte del Cliente. Il Cliente è responsabile di tutti i costi e ritardi nella fornitura del servizio dovuti a modifiche richieste o imputabili al Cliente e dovrà corrispondere a OBI Italia un compenso ulteriore rispetto al prezzo pattuito nell'Ordine per l'esecuzione di tali modifiche.

10.8. OBI Italia ha la facoltà di modificare il Materiale Pubblicitario in termini di dimensioni, formato e specifiche tecniche se, a giudizio di OBI Italia, ciò è necessario per la pubblicazione del Materiale Pubblicitario e nella misura in cui ciò sia ragionevole per il Cliente, tenendo conto degli interessi di OBI Italia. Qualora sia necessario modificare i contenuti del Materiale Pubblicitario, OBI Italia lo concorderà preventivamente con il Cliente. Il Cliente è responsabile di eventuali ritardi nella prestazione dei servizi causati dalla necessità di apportare modifiche.

10.9. OBI Italia ha la facoltà nei confronti del Cliente di limitare o far limitare temporaneamente la disponibilità delle pagine web di una Società del Gruppo OBI, se ciò è necessario per motivi di capacità, per motivi di sicurezza o integrità dei server o per l'attuazione di misure tecniche. In questi casi OBI Italia terrà conto, per quanto possibile, degli interessi legittimi del Cliente, in particolare dandone tempestiva comunicazione.

§ 11 Produzione e costi di produzione del Materiale Pubblicitario

11.1. Qualora le Parti concordino nell'Ordine che OBI Italia debba produrre il Materiale Pubblicitario, il Cliente deve mettere a disposizione di OBI Italia la documentazione necessaria per la produzione del Materiale Pubblicitario, in particolare materiali, modelli grafici o documenti stampati, entro i termini concordati nell'Ordine. Il Cliente è tenuto a fornire in modo tempestivo tali materiali. OBI Italia non è tenuta a informare il Cliente di provvedere in modo tempestivo a fornire i materiali, né a inviare solleciti.

11.2. I dettagli dei materiali che il Cliente deve fornire saranno concordati tra le Parti al momento dell'Ordine.

11.3. Quando OBI Italia produce il Materiale Pubblicitario, il Cliente ha il diritto di chiedere un numero ragionevole di prove stampa. Se il Cliente non lo richiede, OBI Italia sarà ritenuta responsabile per errori tipografici solo in caso di evidenti discrepanze rispetto ai documenti forniti. Nel caso di riproduzioni a colori, lievi variazioni cromatiche non saranno considerate difetti. Se il Cliente riceve una prova di stampa e non comunica in forma scritta immediatamente dopo il ricevimento al referente OBI Italia indicato nell'offerta se la approva o se ha riscontrato dei difetti, l'approvazione si considera concessa.

11.4. Il Cliente può richiedere la restituzione o il ritiro del Materiale Pubblicitario sostitutivo non utilizzato e di altri materiali (opere d'arte, modelli, ecc.) entro due settimane dalla fine della Durata della Campagna Pubblicitaria ai sensi del paragrafo § 15. Ciò avviene a spese e rischio del Cliente, a meno che le Parti non abbiano espressamente stipulato un accordo diverso. Il Materiale Pubblicitario e il materiale non recuperato durante questo periodo diventano di proprietà di OBI

Italia, senza che sia dovuto alcun indennizzo, e possono essere smaltiti da OBI Italia senza ulteriori obblighi e senza Cliente possa vantare alcun diritto di sostituzione o rimborso.

§ 12 Durata della Campagna Pubblicitaria

- 12.1. Qualora il giorno concordato per l'inizio della Campagna Pubblicitaria cada di domenica o in un giorno festivo, la Campagna Pubblicitaria verrà effettuata solo il giorno lavorativo successivo, a meno che non sia stato espressamente concordato diversamente.
- 12.2. Qualora OBI Italia non sia in grado di iniziare la fornitura di servizi alla data di inizio concordata, o non sia in grado di farlo nei tempi previsti, perché il Cliente non ha fornito i Materiali del Cliente, oppure ha fornito i Materiali del Cliente in ritardo, non coerenti con la qualità e quantità richiesta, o comunque non in conformità con l'Ordine, ciò non esonera il Cliente dall'obbligo di pagamento del prezzo pattuito e non estende la durata del Contratto.
- 12.3. I costi aggiuntivi derivanti dalla fornitura tardiva dei Materiali del Cliente conformi all'Ordine sono a carico del Cliente.
- 12.4. Nel caso di Campagne Pubblicitarie su Spazi Pubblicitari Digitali, OBI Italia non è in grado di garantire una distribuzione perfettamente uniforme del volume prenotato per l'intera durata della Campagna Pubblicitaria.
- 12.5. In caso di Campagne Pubblicitarie su Spazi Pubblicitari Digitali, OBI Italia può posticipare l'inizio concordato della Campagna Pubblicitaria di più o meno tre giorni ("**Diritto di Posticipare**").

§ 13 Servizi Creativi

- 13.1. I Servizi Creativi (paragrafo 6.1.c), in particolare l'ideazione e la progettazione del messaggio pubblicitario, sono effettuati secondo le modalità concordate con il Cliente ("**Briefing**") e utilizzando eventuali materiali preparatori forniti dal Cliente, quali schizzi, immagini, testi o altri materiali utilizzati per la realizzazione dei Servizi Creativi ("**Materiali Creativi**").
- 13.2. Le modifiche al Briefing devono essere concordate con OBI Italia. Il Cliente si fa carico dei costi aggiuntivi per i Servizi Creativi derivanti dalla modifica del Briefing. Se, a causa delle modifiche al Briefing, i Servizi Creativi già forniti da OBI Italia diventano inutili, il Cliente non è esonerato dal suo obbligo di remunerazione dei servizi già forniti.
- 13.3. Il Cliente è responsabile dei Materiali Creativi che fornisce. Egli garantisce in particolare che essi non violino i diritti di terzi, che soddisfino i requisiti di legge e che possano essere utilizzati da OBI Italia per i Servizi Creativi.
- 13.4. Il Cliente è tenuto ad approvare il progetto di un Servizio Creativo commissionato, nella misura in cui esso sia sostanzialmente conforme al contratto.
- 13.5. Se il Cliente non comunica tempestivamente per iscritto al referente di OBI Italia indicato nell'Offerta entro tre giorni lavorativi dalla consegna di una bozza, sostanzialmente conforme al contratto, l'esistenza di difetti o l'esercizio del diritto di modifica concordato contrattualmente, l'accettazione si considera espressa.
- 13.6. OBI Italia ha il diritto di utilizzare l'intelligenza artificiale generativa o metodi di apprendimento automatico (collettivamente, "**AI**") per fornire i Servizi Creativi. I diritti sui risultati ("**Output**") sviluppati tramite l'AI appartengono esclusivamente a OBI Italia. Al Cliente sono concessi i diritti di cui al paragrafo 15.7 su tale Output.

Anche i diritti su contenuti, prompt e altri input nell'IA ("Input") appartengono a OBI Italia, salvo diverso accordo tra le Parti.

§ 14 Servizi di Consulenza

- 14.1. Nell'ambito dei Servizi di Consulenza (paragrafo 6.1.d), OBI Italia fornisce analisi sull'efficacia dei Servizi Media forniti e dei Materiali Pubblicitari utilizzati e fornisce consulenza sugli obiettivi della Campagna Pubblicitaria, compresi suggerimenti sul Materiale Pubblicitario, sulla durata della Campagna Pubblicitaria e sugli Spazi Pubblicitari.
- 14.2. Le Parti concordano l'ambito dei Servizi di Consulenza nell'Ordine specifico.
- 14.3. OBI Italia fornirà i Servizi di Consulenza con la dovuta diligenza e avvalendosi delle proprie conoscenze tecniche. OBI Italia non è tuttavia responsabile del raggiungimento di uno specifico successo economico da parte del Cliente.
- 14.4. I Servizi di Consulenza di OBI Italia non includono servizi di assistenza legale. I suggerimenti sull'uso di determinati Materiali Pubblicitari o Spazi Pubblicitari potrebbero richiedere una specifica valutazione da un punto di vista legale, che deve essere condotta dal Cliente sotto la propria responsabilità.
- 14.5. Il Cliente è obbligato a collaborare nella misura in cui ciò sia necessario per la corretta esecuzione del Servizio di Consulenza. In particolare, egli deve fornire a OBI Italia, senza che gli venga richiesto, tutta la documentazione necessaria per il Servizio di Consulenza in modo completo e in tempo utile per permettere a OBI Italia di fornire i propri servizi in un tempo ragionevole. Lo stesso vale per le informazioni su tutti i processi e le circostanze che possono essere importanti per l'esecuzione del Servizio di Consulenza.
- 14.6. OBI Italia può fornire Servizi di Consulenza anche ad altri fornitori che potrebbero essere dei concorrenti del Cliente. OBI Italia si impegna a non utilizzare informazioni riservate del Cliente per Servizi di Consulenza per altri fornitori.

§ 15 Diritto di Utilizzo

- 15.1. Qualora il Cliente fornisca Materiali del Cliente, concede a OBI Italia il diritto irrevocabile, limitato nel tempo, nello spazio e nel contenuto per le finalità di cui al contratto, di utilizzare i Materiali del Cliente messi a disposizione – compresi i materiali relativi design, disegni, marchi, segni distintivi aziendali e altri segni distintivi del Cliente o dei suoi clienti – ai fini della rispettiva fornitura del servizio ("**Diritto di Utilizzo**"). Ciò comprende in particolare il diritto di trasmissione, memorizzazione, copia, adattamento, visualizzazione e comunicazione al pubblico, nonché il diritto di radiodiffusione, il diritto di comunicazione mediante supporti di immagine o suono e il diritto di messa a disposizione del pubblico, riproduzione, distribuzione ed esposizione – digitale o analogica, online o offline – nella misura in cui ciò sia necessario per l'esecuzione del contratto.
- 15.2. Il Diritto di Utilizzo è incluso nel prezzo concordato.
- 15.3. Il Cliente si fa carico di eventuali pagamenti di licenze o compensi a società di gestione collettiva come ad es. SIAE, Nuovo Imaie, SCF a cui è tenuto con la pubblicazione del Materiale Pubblicitario.
- 15.4. Per la pubblicità su manifesti, il Diritto di Utilizzo vale anche per il periodo che, ai sensi del paragrafo 10.5), supera la Durata della Campagna Pubblicitaria.
- 15.5. OBI Italia ha il diritto di concedere sublicenze del Diritto di Utilizzo alle Società del Gruppo OBI nella misura in cui le Società del Gruppo OBI siano coinvolte nella

fornitura dei servizi. Per la sublicenza non è necessaria alcuna autorizzazione separata del Cliente.

- 15.6. Con la messa a disposizione del Materiale del Cliente, il Cliente garantisce di essere titolare del Diritto di Utilizzo sul Materiale del Cliente, nonché di tutti i relativi diritti di marchio, nome, marchio aziendale, design, disegni e modelli, diritto d'autore e altri diritti di proprietà intellettuale, che lo autorizza a metterli a disposizione per i Servizi Media e altri utilizzi contrattuali e a concedere a OBI Italia il Diritto d'Utilizzo ai sensi del paragrafo 15.1).
- 15.7. Le opere creative realizzate da OBI Italia nell'ambito dei Servizi Creativi forniti, in particolare la pubblicità concepita e sviluppata da OBI Italia e le sue implementazioni grafiche computerizzate, sono regolarmente opere protette dal diritto d'autore. OBI Italia concede al Cliente il diritto non trasferibile di utilizzare i risultati dei Servizi Creativi. Questo è limitato in termini di contenuto, tempo e territorio all'utilizzo del Servizio Creativo per la realizzazione del Servizio Media commissionato a tale scopo (paragrafo 6.1). Al Cliente non spetta alcun ulteriore diritto di utilizzo o sfruttamento.
- 15.8. OBI Italia si riserva il diritto di essere citata come autore delle sue opere.

§ 16 Obblighi di segnalazione del Cliente

- 16.1 Il Cliente è tenuto a segnalare esplicitamente, contrassegnandoli come "generati dall'intelligenza artificiale", i materiali che contengono immagini, audio o video generati o manipolati tramite l'AI che assomigliano a persone, oggetti, luoghi, strutture o eventi esistenti e che appaiono falsamente a una persona come autentici o veritieri ("**Deep Fakes**") prima della trasmissione a OBI Italia.

§ 17 Obblighi relativi alla pubblicazione del Materiale Pubblicitario

- 17.1 La pubblicazione del Materiale Pubblicitario sugli Spazi Pubblicitari deve avvenire nel rispetto delle regole delle relative piattaforme di social network utilizzate in caso di pubblicazione su Spazi Pubblicitari Digitali, e di qualsiasi normativa e regolamento applicabile in materia di comunicazioni commerciali, ivi incluso a titolo esemplificativo e non esaustivo il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale emanato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, il Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi (Decreto Legislativo n. 208/2021), il Codice del Consumo (Decreto Legislativo n. 206/2005) e disposizioni specifiche applicabili ai prodotti oggetto del Materiale Pubblicitario. Il Cliente e OBI Italia, ciascuno per quanto di propria competenza, si impegnano a far sì che il Materiale Pubblicitario rispetti la normativa, ivi incluso l'obbligo di identificare la natura promozionale del Materiale Pubblicitario (ad es. con l'aggiunta di "sponsorizzato", "pubblicità", "advertising" o indicazioni simili) e di distinguerlo da eventuali contenuti redazionali, nonché di nominare colui nel cui nome e per conto del quale viene visualizzato il Materiale Promozionale.

§ 18 Prezzi e condizioni di pagamento

- 18.1. La fatturazione dei Servizi Media avviene sulla base dei prezzi concordati nell'Ordine.
- 18.2. Tutti i prezzi si intendono al netto dell'imposta sul valore aggiunto vigente per legge al momento della fornitura del servizio, nella misura in cui questa sia applicabile.
- 18.3. Se non diversamente concordato contrattualmente, OBI Italia emetterà la fattura all'inizio dell'esecuzione del Servizio Media. Gli importi delle fatture devono essere pagati entro trenta (30) giorni dal ricevimento della fattura. Per verificare la tempestività del pagamento sarà considerato il giorno del ricevimento del denaro

sul conto indicato sulla fattura. OBI Italia si riserva il diritto di inviare le fatture elettronicamente al Cliente.

- 18.4. OBI Italia ha il diritto, prima e durante la durata del contratto, di subordinare la (ulteriore) esecuzione del contratto al pagamento anticipato del prezzo e alla compensazione degli importi non pagati, indipendentemente dal termine di pagamento originariamente concordato, se il Cliente è in ritardo con gli obblighi di pagamento o se sussistono dubbi fondati sulla solvibilità del Cliente.
- 18.5. Se la fatturazione avviene sulla base di un prezzo di contatto per migliaia di persone ("TKP"), ai fini del calcolo del TKP ogni contatto di una persona con il mezzo pubblicitario (ad es. sito web, app, video wall o 18/1 Billboard) è considerato un "contatto" (detto anche "**Contatto Lordo**").
- 18.6. Nel caso di un modello di remunerazione basato su vendite o lead, la fatturazione avviene mensilmente con procedura di accredito più l'imposta sul valore aggiunto applicabile per legge. Il Cliente accredita OBI Italia l'importo concordato per ogni vendita o lead generato sulla base della Campagna Pubblicitaria ("**Entrata di Successo**"). Il Cliente garantisce che ogni Entrata di Successo sia documentata.
- 18.7. Per "vendita" si intende la conclusione di un contratto che ha come oggetto il servizio o il prodotto pubblicizzato. Per "lead" si intende la mediazione di un contatto con una persona che fornisce al Cliente i suoi dati di contatto (nome e indirizzo e / o indirizzo e-mail).
- 18.8. Il Cliente conteggia tutte le Entrate di Successo generate entro un mese di calendario entro la fine del mese successivo. L'accredito deve essere saldato entro 14 giorni dalla creazione della nota di accredito tramite bonifico sul conto di OBI Italia. Per la verifica dell'importo dell'accredito, il Cliente deve fornire a OBI Italia tutte le informazioni necessarie per presentare correttamente la richiesta di pagamento ed il relativo calcolo. Il Cliente non trasmette dati personali dei clienti finali.

SEZIONE C – RISULTATI DI RICERCA SPONSORIZZATI

§ 19 Campo di applicazione

Nella misura in cui il contratto tra OBI Italia e il Cliente abbia per oggetto il collocamento di Risultati di Ricerca Sponsorizzati ("**Risultati di Ricerca Sponsorizzati**Errore. Il segnalibro non è definito.") ai sensi del paragrafo § 20, si applicano, oltre alle Sezioni A ed E, le disposizioni della presente Sezione C.

§ 20 Oggetto e definizione dei Risultati di Ricerca Sponsorizzati

Oggetto del servizio di Risultati di Ricerca Sponsorizzati è il posizionamento preferenziale dei prodotti del Cliente nel contesto delle ricerche di prodotti e delle raccomandazioni di prodotti su www.obi.it e nell'app heyOBI, indipendentemente dai criteri altrimenti individuati per determinare l'ordine in cui sono visualizzate le inserzioni dei prodotti ("**Rankin**"). La visualizzazione dei Risultati di Ricerca Sponsorizzati è direttamente collegata alla ricerca in corso o al prodotto visualizzato dal visitatore del sito; a seconda del termine di ricerca e dei risultati di ricerca organici che ne risultano ovvero del prodotto visualizzato, viene mostrato un'inserzione di prodotti con contenuto

corrispondente. I prodotti sponsorizzati vengono classificati con l'indicazione "sponsorizzati" e possono essere collocati nelle posizioni da 1 a 2 dell'elenco.

§ 21 Criteri per le inserzioni relative ai prodotti e i Risultati di Ricerca Sponsorizzati

21.1. Senza Risultati di Ricerca Sponsorizzati, i seguenti criteri determinano se e in quale ordine vengono mostrati i risultati della ricerca:

- a) la corrispondenza del termine di ricerca con le informazioni contenute in un prodotto (ad esempio il titolo o le caratteristiche del prodotto) per determinare quali prodotti sono idonei a essere mostrati in base al termine di ricerca;
- b) Il parametro di ordinamento impostato, dove è possibile scegliere tra "Più popolari", "Prezzo crescente" e "Prezzo decrescente". L'impostazione predefinita è "Più popolari" e determina l'ordine di visualizzazione dei prodotti in base ai seguenti criteri:
 - (1) il punteggio più elevato è attribuito al matching dei termini di ricerca (il cosiddetto "**Matching Score**"). Più il termine di ricerca è adatto al titolo di un prodotto, maggiore è il Matching Score;
 - (2) il secondo punteggio più elevato è attribuito al cosiddetto "Relevance Score", che è determinato dall'analisi le prestazioni dei singoli prodotti in base a un termine di ricerca specifico;
 - (3) il terzo punteggio più elevato viene attribuito al numero di vendite (online su obi.it e nell'app heyOBI, prenotazioni in negozio tramite obi.it) indipendentemente da un termine di ricerca specifico;
 - (4) Il quarto punteggio più elevato viene attribuito al numero di visualizzazioni di un prodotto su obi.it, indipendentemente dal termine di ricerca specifico, e alle recensioni dei clienti secondo il Wilson Score. Il Wilson Score non considera solo il valore medio delle recensioni di un prodotto, ma anche il numero di recensioni rilasciate. In questo modo, i prodotti con molte recensioni positive possono essere classificati meglio rispetto ai prodotti con poche recensioni, ma ottime.
 - (5) Infine, la frequenza con cui un prodotto viene aggiunto a un carrello online e la disponibilità di un prodotto su obi.it determinano l'ordine sotto il parametro di ordinamento "più popolari".
- c) Filtri come colore, marca e dimensioni, che possono anche influire sull'ordine di visualizzazione.

21.2. Se il Cliente richiede la fornitura del servizio di Risultati di Ricerca Sponsorizzati, in deroga al paragrafo 21.1 lett. b), il cosiddetto punteggio di determina la visualizzazione di un prodotto. In questo caso viene mostrato il prodotto con il punteggio di qualità più elevato. Questo viene calcolato in base a:

- a) l'ammontare del CPC (costo per click), determinato in base a un principio d'asta in base al quale il Cliente determina l'importo massimo che è disposto a pagare a OBI Italia per un clic su un Risultati di Ricerca Sponsorizzati effettuato da un visitatore del sito web;
- b) le percentuali di click-through storiche del prodotto in questione, con percentuali di click-through elevate che influiscono positivamente sul punteggio di qualità;
- c) la corrispondenza del prodotto con il termine di ricerca e gli altri risultati organici di ricerca ai sensi del paragrafo 21.1.

§ 22 Requisiti per la fornitura del servizio Risultati di Ricerca Sponsorizzati

- 22.1. Il servizio Risultati di Ricerca Sponsorizzati è disponibile solo per i Clienti che abbiano contemporaneamente rapporti commerciali con il Gruppo OBI in qualità di fornitore o di product partner. Ai sensi dell'articolo 1456 del codice civile, OBI Italia ha il diritto di interrompere la fornitura del servizio di Risultati di Ricerca Sponsorizzati con effetto immediato, comunicando al Cliente la volontà di avvalersi di tale clausola, qualora il Cliente abbia violato gli obblighi a lui incombenti ai sensi del presente contratto e/o del contratto di fornitore e/o di product partner, ove applicabile.
- 22.2. Ulteriori dettagli sulle condizioni generali in vigore si trovano nello specifico Ordine di volta in volta conferito per la fornitura del servizio di Risultati di Ricerca Sponsorizzati.

§ 23 Obblighi relativi ai Risultati di Ricerca Sponsorizzati

- 23.1. OBI Italia ha il diritto di contrassegnare i Risultati di Ricerca Sponsorizzati come pubblicità a pagamento (ad esempio con l'aggiunta di "sponsorizzato", "pubblicità", "annuncio" o indicazioni simili) e di distinguerla da eventuali contenuti editoriali, nonché di indicare il nome di chi, in nome e per conto di chi, viene pubblicata la pubblicità.

§ 24 Modalità di fatturazione

- 24.1. Al momento dell'invio di un Ordine relativo al servizio Risultati di Ricerca Sponsorizzati, il Cliente indica un budget pubblicitario, che sarà utilizzato per singoli Risultati di Ricerca Sponsorizzati in conformità al paragrafo 24.2.
- 24.2. Il budget pubblicitario viene fatturato secondo un modello CPC. Una volta esaurito il budget pubblicitario, non verranno più mostrati i Risultati di Ricerca Sponsorizzati del Cliente.
- 24.3. Il budget per la riproduzione di Risultati di Ricerca Sponsorizzati concordato tra le Parti nell'ambito di uno specifico Ordine dovrà essere pagato 30 giorni dal conferimento dell'ordine da parte del Cliente.
- 24.4. OBI Italia ha il diritto, anche prima e durante la durata del contratto, di subordinare la (ulteriore) prestazione al pagamento anticipato del compenso e al saldo degli importi delle fatture in sospeso, indipendentemente dai termini di pagamento originariamente concordati, se il Cliente è in ritardo con gli obblighi di pagamento o in caso di dubbi giustificati sulla capacità di pagamento del Cliente.

SEZIONE D – BANCA DATI DI INSIGHTS SOLUTIONS

§ 25 Campo di applicazione

Nella misura in cui il contratto tra OBI Italia e il Cliente abbia per oggetto l'accesso alla banca dati di Insights Solutions ai sensi del paragrafo 26.1, si applicano, oltre alle Sezioni A ed E, le disposizioni della presente Sezione D.

§ 26 Oggetto del contratto Insights Solutions

- 26.1. L'oggetto del servizio di "Insights Solutions" è la messa a disposizione e l'accesso alla banca dati Insights Solutions ("**Banca Dati**"), mediante la quale il Cliente può valutare diversi dati relativi al numero di fornitori, alla regione e alle categorie di prodotti menzionate nell'offerta, al fine di effettuare analisi finalizzate all'ottimizzazione dei propri piani di produzione, assortimento, distribuzione e/o pubblicità (la messa a disposizione della banca dati è anche denominata "**Insights**").

Service”). L'esatta quantità di dati disponibili dipende dal pacchetto (paragrafo 26.2) che il Cliente sceglie di acquistare al momento dell'Ordine.

- 26.2. Il Cliente può scegliere i seguenti pacchetti, descritti in dettaglio nell'**Allegato 1**:
- a) Basic
 - b) Stock
 - c) Sviluppo Categoria
- 26.3. Ulteriori dettagli sulle condizioni quadro applicabili sono riportati nell'Ordine di volta in volta eseguito.
- 26.4. I dati messi a disposizione vengono aggiornati una volta alla settimana e possono essere soggetti a fluttuazioni, in particolare a causa di ritardi nell'aggiornamento della Banca Dati. La valutazione e l'interpretazione dei dati e le analisi che si basano su di essi sono di competenza del Cliente. In questo caso sussiste un margine di interpretazione. OBI Italia non è tenuta a fornire alcuna raccomandazione d'azione, a meno che non sia stata esplicitamente commissionata. Il Cliente è l'unico responsabile di qualsiasi azione intrapresa sulla base dei dati o dalle raccomandazioni d'azione esplicitamente commissionate.

§ 27 Messa a disposizione della Banca Dati

- 27.1. La Banca Dati può essere messa a disposizione solo dei fornitori del Gruppo OBI.
- 27.2. OBI Italia garantisce, in media, una disponibilità mensile della Banca Dati del 99% per tutta la durata del contratto, partendo da una disponibilità 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana.
- 27.3. Ai fini del calcolo della disponibilità, non sono presi in considerazione i tempi di inattività dovuti a:
- a) guasti e/o malfunzionamenti di sistemi tecnici e/o componenti di rete al di fuori dell'area di responsabilità di OBI Italia, in particolare guasti dovuti ad attacchi informatici in entrata o guasti dovuti ad uso improprio di software o hardware da parte del Cliente;
 - b) il ritardo nell'adempimento o l'inadempimento di un obbligo dovuto dal Cliente;
 - c) uso non autorizzato della Banca Dati da parte del Cliente o di terzi;
 - d) lavori di manutenzione della Banca Dati.
- 27.4. OBI Italia ha il diritto di modificare la struttura e la presentazione dei dati, della dashboard e dell'interfaccia utente della Banca Dati, a condizione che ciò non abbia un impatto negativo significativo sull'utilizzo della Banca Dati.

§ 28 Diritti di utilizzo e requisiti

- 28.1. OBI Italia concede al Cliente il diritto revocabile e non trasferibile di utilizzare e accedere alla Banca Dati e alle informazioni in essa contenute per le analisi di cui

al paragrafo 26.1 per tutta la Durata del Contratto. OBI Italia mette a disposizione del Cliente la versione attuale della Banca Dati via Internet.

- 28.2. OBI Italia rimane l'unica proprietaria di tutti i dati, informazioni o altri contenuti disponibili nella Banca Dati, nonché di tutti i diritti di proprietà su di essa.
- 28.3. Il Cliente si impegna e garantisce di non inserire malware nella Banca Dati o di penetrare in altro modo nella stessa.

§ 29 Account utente e protezione dei dati

- 29.1. Per utilizzare la Banca Dati è necessario un account utente. Il Cliente può indicare fino a cinque (5) persone per regione che possono registrare un account utente personale ("Utente").
- 29.2. Per la registrazione dell'account utente, il Cliente deve comunicare a OBI Italia il nome, il cognome e l'indirizzo e-mail degli Utenti. OBI Italia crea quindi un account utente con una password iniziale, che viene comunicata all'Utente via e-mail. Per il login sono necessari l'indirizzo e-mail e la password iniziale.
- 29.3. Il Cliente è responsabile di tutte le azioni intraprese tramite gli Account Utente. Il Cliente deve obbligare gli Utenti da lui indicati a:
- assegnare una nuova password dopo il primo accesso utilizzando la funzione "Password dimenticata",
 - proteggere i dati di login da accessi non autorizzati e non trasmetterli a terzi.
- 29.4. Nel caso in cui una Parte venga a conoscenza di un accesso non autorizzato alla Banca Dati utilizzando un account utente del Cliente, tale Parte ne informerà immediatamente l'altra Parte e OBI Italia disattiverà l'accesso senza ingiustificato ritardo e bloccherà qualsiasi utilizzo della Banca Dati da parte dell'account utente interessato fino a quando non verrà assegnata una nuova password all'Utente.
- 29.5. In caso di utilizzo della Banca Dati in violazione del contratto, OBI Italia ha il diritto di bloccare i singoli account utente in modo permanente e senza sostituzione.
- 29.6. Il Cliente garantisce di aver ottenuto tutti i diritti e i consensi necessari degli Utenti e di averli informati sul trattamento dei dati nella misura richiesta dalla legge, al fine di mettere a disposizione di OBI Italia i dati personali delle persone designate ai fini della creazione e del mantenimento di un account utente. Se un Utente revoca il proprio consenso o viene meno la base giuridica su cui si fonda il trattamento, il Cliente deve comunicarlo senza indugio a OBI Italia.

§ 30 Requisiti tecnici

Il Cliente è responsabile dell'acquisto e della manutenzione dell'hardware e della rete di cui ha bisogno, in particolare alle reti pubbliche di telecomunicazione, per consentire un accesso senza interferenze alla Banca Dati.

§ 31 Prezzo

- 31.1. Il prezzo per il servizio Insights Solutions è indicato nello specifico Ordine e si intende al netto dell'imposta sul valore aggiunto vigente per legge.
- 31.2. Il prezzo è composto da:
- una commissione una tantum per l'attivazione dell'accesso alla Banca Dati e all'archivio dei dati degli ultimi 24 mesi ("**Commissione Iniziale**");
 - una quota mensile per l'accesso e l'aggiornamento dei dati e dei pacchetti selezionati.

- 31.3. La Commissione Iniziale viene fatturata all'inizio del contratto. La quota mensile viene fatturata trimestralmente in anticipo. Il pagamento è dovuto entro 14 giorni dall'emissione della fattura e deve essere saldato tramite bonifico bancario sul conto indicato nella fattura. OBI Italia si riserva il diritto di inviare al Cliente fatture solo in formato elettronico.
- 31.4. Il Cliente può contestare le fatture per iscritto entro 90 giorni dal ricevimento della fattura. Decorso tale periodo, la fattura si considera approvata dal Cliente.

§ 32 Riservatezza speciale

- 32.1. Nel caso in cui il Cliente operi, direttamente o tramite società del gruppo, anche a livello di retail (in negozio e/o online) in qualità di distributore B2C ("**Distribuzione Duale**"), il Cliente si impegna a rispettare le seguenti misure:
- Il Cliente garantisce e si impegna a obbligare tutte le persone all'interno della propria area organizzativa e altri soggetti che collaborano con lui, alle quali è consentito l'accesso alla Banca Dati ai sensi delle presenti CGC o dello specifico Ordine o che entrano comunque in contatto con le Informazioni Riservate ivi disponibili ("**Insider**"), a non divulgare le Informazioni Riservate ottenute a livello retail. A tale riguardo, l'obbligo di riservatezza si applica anche alle persone appartenenti dell'azienda del Cliente, in particolare ai dipendenti che hanno contatti con il livello retail;
 - il Cliente garantisce che gli Insider non lavorino contemporaneamente a livello retail del Cliente o delle società del gruppo;
 - il Cliente garantisce che il luogo di lavoro di un Insider sia separato dal luogo di lavoro del retail, sia fisicamente che in termini di infrastruttura informatica;
 - il Cliente garantisce che all'interno della propria azienda e delle altre aziende aventi accesso a informazioni privilegiate ("**Aziende Insider**") sia attivo, per tutta la durata del contratto, un sistema di gestione della sicurezza delle informazioni conforme allo standard ISO 27001 o a standard equivalenti;
 - il Cliente garantisce che i diritti di accesso fisici e digitali alle informazioni riservate contenute nella Banca Dati non siano resi accessibili al personale del retail;
 - il Cliente garantisce che tutti i dipendenti di un'Azienda Insider ricevano una formazione e un'istruzione sull'uso legittimo delle Informazioni Riservate e ricevano una formazione regolare e ripetuta sulla compliance al fine di sensibilizzare in merito agli accordi e agli scambi di informazioni che violano le norme antitrust. Il Cliente garantisce che l'attuazione delle misure di compliance sia documentata e che i dipendenti siano monitorati in modo continuo e adeguato da funzionari qualificati per la compliance;
 - Il Cliente si impegna a non utilizzare le Informazioni Riservate ottenute come mezzo per esercitare pressione nei confronti di altre Società del Gruppo OBI nell'ambito delle trattative contrattuali relative a contratti e condizioni di fornitura o per fissare prezzi, il monitoraggio dei prezzi, accordi contrari alle norme antitrust o pratiche concordate ai sensi dell'articolo 101 TFUE e dell'Articolo 2, Legge n. 287/1990.
- 32.2. Gli speciali obblighi di riservatezza del paragrafo § 32 si applicano in aggiunta agli obblighi di riservatezza previsti dal paragrafo § 40 delle presenti CGC. In caso di

contraddizioni, prevalgono le disposizioni del presente paragrafo § 32 nella misura in cui sia interessata la prestazione del servizio Insights Solutions.

§ 33 Diritto speciale di risoluzione

In aggiunta alle disposizioni di cui al paragrafo § 39, OBI Italia ha il diritto in qualsiasi momento, con effetto immediato e senza rispetto di un termine di preavviso, di:

- a) interrompere la fornitura del pacchetto dati “Sviluppo Categoria” e risolvere le norme contrattuali relative a esso se nella categoria di prodotti in questione siano attivi solo due o un numero inferiore di fornitori. Ai fini del calcolo del numero di fornitori, vengono presi in considerazione solo i fornitori che non sono considerati Affiliati del Cliente o di un altro fornitore nella categoria di prodotti. Le categorie di prodotti sono definite dal Category Management del Gruppo OBI. Ogni articolo è assegnato a un gruppo di prodotti principale (“MPG”) e a un gruppo di prodotti secondari (“PG”). L’accesso al pacchetto “Sviluppo Categoria” è concesso a livello MPG. Ciò significa che il Cliente può essere escluso da un MPG, incluse tutte le PG collegate a tale MPG, pur mantenendo l’accesso ad altri MPG. La quota mensile sarà ridotta *pro rata* in caso di risoluzione parziale;
- b) risolvere il contratto in caso il contratto di fornitura tra il Cliente e la Società del Gruppo OBI cessi di avere efficacia a qualsiasi titolo.

SEZIONE E – CONDIZIONI GENERALI

§ 34 Durata del contratto

- 34.1. La Durata del Contratto decorre dalla data concordata nell’Ordine (“**Data di Inizio**”) o, in assenza di una Data di Inizio, da quando OBI Italia abbia dato esecuzione all’Ordine.
- 34.2. Fermo restando quanto previsto nelle presenti CGC o nell’Ordine in relazione alla durata di specifici servizi forniti da OBI Italia, il contratto è concluso a tempo indeterminato e ciascuna Parte può recedere in qualsiasi momento, mediante comunicazione scritta da inviarsi all’altra Parte con un preavviso minimo di tre mesi. Durante il periodo di preavviso, le Parti si impegnano a rispettare integralmente gli obblighi contrattuali previsti.

§ 35 Verifica di vizi, errori e difetti

- 35.1. Salvo che non sia diversamente stabilito nelle presenti CGC o nell’Ordine, il Cliente è tenuto a verificare immediatamente dopo la loro fornitura la conformità dei servizi OBI Italia al contratto.
- 35.2. Il Cliente è tenuto a comunicare per iscritto a OBI Italia la presenza di eventuali vizi, errori o difetti nei Servizi immediatamente dopo esserne venuto a conoscenza.
- 35.3. Il Cliente è tenuto a consegnare, trasmettere o mettere a disposizione di OBI Italia tutta la documentazione necessaria affinché OBI Italia possa esaminare il

contenuto della comunicazione con cui è stata lamentata la presenza di vizi, errori o difetti.

35.4. Se il Cliente non verifica tempestivamente la conformità al contratto e/o non denuncia tempestivamente i vizi, errori o difetti la prestazione si considera priva di vizi.

§ 36 Responsabilità

36.1. OBI Italia risponde solo in caso di dolo o colpa grave.

36.2. In caso di colpa lieve, la responsabilità di OBI Italia è limitata ai danni tipicamente prevedibili in caso di violazione di un obbligo contrattuale essenziale, il cui adempimento consente la corretta esecuzione del contratto e sul cui rispetto il Cliente può fare regolarmente affidamento ("**Obbligo Essenziale**"). Per il resto, è esclusa la responsabilità per danni causati da colpa lieve.

36.3. Le suddette disposizioni in materia di responsabilità si applicano anche in caso di violazione dei doveri da parte dei collaboratori di OBI Italia.

36.4. OBI Italia non è responsabile per danni e ritardi nella fornitura del servizio causati da guasti alle linee telefoniche, ai server e ad altre strutture che non sono sotto il controllo di OBI Italia e non è responsabile per danni e / o mancanze di Materiale Pubblicitario o Spazi Pubblicitari da parte di terzi che non sono suoi collaboratori, a meno che il danneggiamento e / o il guasto da parte di terzi non siano stati resi possibili proprio da una violazione degli obblighi di OBI Italia.

§ 37 Manleva

Il Cliente si impegna a manlevare e tenere indenne OBI Italia e le Società del Gruppo OBI da tutte le perdite, i danni, i reclami e costi (comprese le ragionevoli spese legali) e, a prima richiesta, a rimborsare OBI Italia e le Società del Gruppo OBI nella misura in cui tali rivendicazioni si basino su una violazione delle disposizioni delle presenti CGC o di altri accordi contrattuali tra le Parti.

§ 38 Forza maggiore

Nella misura in cui e fintantoché sussiste un caso di forza maggiore nel significato previsto dall'articolo 1467 del codice civile, le Parti non potranno essere considerate inadempienti ai sensi delle presenti CGC o dell'Ordine, a causa di un ritardo o della mancata esecuzione delle rispettive obbligazioni, dal momento in cui si verifica la forza maggiore fino alla sua cessazione. La forza maggiore è un evento esterno causato da forze naturali elementari o da altri eventi ambientali eccezionali o da atti di terzi, che è imprevedibile in base al giudizio e all'esperienza umana, che non può essere previsto o evitato con mezzi economicamente ragionevoli, anche con la massima cura che ci si può ragionevolmente aspettare nelle circostanze, e che non può essere accettato a causa della sua frequenza. Qualora le prestazioni di OBI Italia diventassero impossibili a causa di un caso di forza maggiore o non fosse più garantita una fornitura tempestiva dei servizi, OBI Italia avvertirà il Cliente di tale circostanza. In tal caso, le Parti concorderanno una soluzione adeguata.

§ 39 Recesso e Risoluzione

39.1. Ciascuna Parte può risolvere il presente contratto ai sensi dell'art. 1454 del codice civile nel caso in cui l'altra Parte si renda inadempiente e non ponga rimedio a tale inadempimento entro il termine di 15 giorni successivi ad apposita diffida ad

adempiere inviata a mezzo raccomandata A.R. o PEC dalla Parte non inadempiente.

- 39.2. Il preavviso non è dovuto quando ricorre una causa di risoluzione immediata, ossia nel caso in cui non ci si possa ragionevolmente aspettare che la Parte continui il rapporto contrattuale fino al termine concordato o fino alla scadenza del periodo di preavviso, tenendo conto delle circostanze del caso concreto e ponderando gli interessi di entrambe le Parti.
- 39.3. Ai sensi dell'articolo 1456 del codice civile, OBI Italia ha il diritto di risolvere il Contratto con effetto immediato, dandone comunicazione per iscritto al Cliente, al verificarsi di una delle circostanze di seguito elencate e, in ogni caso, senza pregiudizio per il diritto di OBI Italia di agire per il risarcimento dei danni:
- a) in caso di violazione da parte del Cliente delle Linee Guida OBI sulla Pubblicità;
 - b) se l'autorità di vigilanza competente vieta, in tutto o in parte, la Campagna Pubblicitaria durante la Durata del Contratto;
 - c) nel caso in cui il Cliente rifiuti di collaborare con OBI Italia pur essendo tenuto a farlo o, nonostante l'invito di OBI Italia a collaborare, non lo faccia entro il termine di 15 giorni dalla richiesta di adempiere;
 - d) se il Cliente è in ritardo con il pagamento del corrispettivo dovuto e non provvede al pagamento entro il termine di 15 giorni dalla richiesta di adempiere;
 - e) se il cliente ha colpevolmente violato gli obblighi contrattuali essenziali che gli incombono e non vi pone rimedio entro il termine di 15 giorni dalla richiesta di adempiere;
 - f) se il Cliente ha colpevolmente violato le disposizioni di legge che sono direttamente o indirettamente rilevanti per l'adempimento del presente contratto o ha violato norme imperative;
 - g) se il Cliente abbia violato gli obblighi di riservatezza;
 - h) se l'attività del Cliente risulta sospesa, in liquidazione, ovvero soggetta a una procedura di regolazione della crisi e dell'insolvenza aperta a carico di una delle Parti nonché una procedura di ristrutturazione del debito in sede giudiziale o stragiudiziale.
- 39.4. Per tutto il periodo successivo all'intimazione ad adempiere per iscritto e fino a che il Cliente non avrà rimediato all'inadempimento, OBI Italia si riserva il diritto di sospendere la fornitura dei servizi nei confronti del Cliente.

§ 40 Accordo di Riservatezza

- 40.1. Le Parti si impegnano a trattare tutte le Informazioni Riservate con la massima riservatezza e a utilizzarle esclusivamente per l'esame, la valutazione, la consulenza, la negoziazione o l'esecuzione del contratto in base al quale le Informazioni Riservate sono state trasmesse ("**Scopo**").
- 40.2. Le Parti divulgano le Informazioni Riservate a terzi solo previo consenso, almeno in forma scritta, della parte che ha fornito le informazioni ("**Parte Rivelante**"). La divulgazione comprende anche l'inserimento di Informazioni Riservate nell'AI, nella misura in cui le Informazioni Riservate sono rese indirettamente accessibili a terzi in questo modo, ad esempio utilizzando le Informazioni Riservate per scopi generali di formazione dell'IA. Il consenso ai sensi della frase 1 può essere concesso o negato esclusivamente a discrezione della Parte Rivelante. Tuttavia, la parte ricevente ("**Parte Ricevente**") avrà il diritto di divulgare le Informazioni

Riservate ai propri rappresentanti senza previo consenso (gli agenti e qualsiasi altro destinatario autorizzato a divulgare le Informazioni Riservate saranno collettivamente denominati "**Destinatari Autorizzati**"). In ogni caso, la divulgazione di Informazioni Riservate potrà avvenire solo nella misura necessaria allo Scopo e sempre a condizione che la Parte Ricevente garantisca il rispetto del presente Accordi di Riservatezza da parte di ciascun Destinatario Autorizzato e che la Parte Ricevente sia responsabile per qualsiasi violazione del presente Accordo di Riservatezza da parte di uno dei suoi Destinatari Autorizzati come se fosse una propria violazione.

- 40.3. Per "**Rappresentante**" ai sensi del presente paragrafo § 40 si intende una società che di volta in volta risulta controllata, controllante, collegata o soggetta a comune controllo di una Parte, ai sensi dell'art. 2359 comma 1 del codice civile ("**Società del Gruppo**"), nonché i rispettivi consigli di amministrazione, membri, dirigenti e dipendenti di una parte o di una Società del Gruppo, nonché tutti i consulenti professionali, i finanziatori, i revisori dei conti e, nel caso di agenzie, i clienti indipendenti.
- 40.4. Salvo diverso accordo tra le Parti, le "**Informazioni Riservate**" – indipendentemente dal fatto che le informazioni siano state divulgate prima o dopo la conclusione del contratto – comprendono:
- a) qualsiasi informazione finanziaria, tecnica, economica, legale, fiscale o di altro tipo (inclusi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, bozze, fotografie, disegni tecnici, descrizioni (di prodotti), manuali, software, programmi, istruzioni, know-how tecnico, scientifico ed economico, operazioni, metodi, risultati delle valutazioni, piani commerciali o tecnici e offerte) resa disponibile alla Parte Ricevente o ai suoi Rappresentanti dalla Parte Rivelante o dai suoi Rappresentanti siano resi noti o vengano a conoscenza in altro modo – in qualsiasi forma (orale, scritta, elettronica o di altro tipo) e indipendentemente dal fatto che siano considerati segreti commerciali ai sensi della normativa applicabile – e siano contrassegnati come confidenziali o possano essere ragionevolmente classificati come confidenziali a causa di altre circostanze;
 - b) la divulgazione di Informazioni Riservate alla Parte Ricevente e/o ai suoi Rappresentanti, nonché l'esistenza e il contenuto di eventuali contratti tra OBI Italia e il Cliente, nonché tutti i prezzi, la copertura mediatica, il numero di clienti, i dati del database Insights Solutions e le strategie di sviluppo del business.
- 40.5. Non sono considerate Informazioni Riservate le informazioni, i dati, i documenti o i materiali che:
- a) erano di dominio pubblico prima della loro divulgazione o lo diventano successivamente senza che la Parte Ricevente, le sue Società del Gruppo o i loro Rappresentanti o qualsiasi altra parte, per quanto ne sappia la Parte Ricevente, non violi alcun obbligo di riservatezza; o
 - b) siano legalmente portati a conoscenza della Parte Ricevente o dei suoi Rappresentanti da parte di terzi, senza che la Parte Ricevente o i suoi Rappresentanti o qualsiasi altra parte, per quanto ne sappia la Parte Ricevente, violino un obbligo di riservatezza; o
 - c) erano legalmente noti alla Parte Ricevente o ai suoi Rappresentanti prima della divulgazione da parte della Parte Ricevente e/o delle sue Società del Gruppo, senza che la Parte Ricevente o i suoi Rappresentanti o qualsiasi altra parte, per quanto a conoscenza della Parte Ricevente, abbiano violato gli obblighi di riservatezza; o

- d) siano state sviluppate da o a beneficio della Parte Ricevente o dei suoi Rappresentanti senza l'uso di Informazioni Riservate; o
- e) sono state espressamente dichiarate non riservate dalla Parte Rivelante, almeno per iscritto.

40.6. La Parte Ricevente ha l'onere di provare l'esistenza di un'eccezione ai sensi del paragrafo 40.5.

40.7. La Parte Ricevente o i suoi Rappresentanti possono divulgare Informazioni Riservate che sono obbligati a divulgare a causa di:

- a) la legge applicabile o gli obblighi imposti da un'autorità di regolamentazione che legittimamente lo richiede; o
- b) le disposizioni di un'autorità di regolamentazione dei mercati finanziari o di una borsa valori in cui le azioni della Parte Ricevente o delle sue Società del Gruppo sono quotate o da cui dipendono la Parte Ricevente o i suoi Rappresentanti; o
- c) un ordine, un'ordinanza, un provvedimento, una disposizione o una decisione di un organo giurisdizionale competente, un'autorità di regolamentazione, un'autorità giudiziaria o governativa o un organismo analogo o dell'autorità fiscale di una giurisdizione competente che agisca nell'esercizio dei suoi poteri;

a condizione che la Parte Ricevente o i suoi Rappresentanti limitino la divulgazione di Informazioni Riservate al minimo necessario per adempiere ai loro obblighi e che, se consentito dalla legge, notifichino tale obbligo per iscritto il prima possibile alla Parte Rivelante, in modo da consentirgli di opporsi alla divulgazione richiesta.

40.8. La Parte Ricevente dovrà notificare senza indugio alla Parte Rivelante nel caso in cui essa (compresi i suoi Rappresentanti) venga a conoscenza del fatto che le Informazioni Riservate ricevute dalla Parte Rivelante o dai suoi Rappresentanti siano state divulgate o utilizzate in altro modo in violazione delle presenti CGC.

40.9. La Parte Ricevente si impegna a rispettare gli obblighi di cui al presente § 40 anche nei confronti delle società del gruppo della Parte Rivelante, che beneficeranno dell'effetto protettivo garantito dalla presente clausola.

40.10. La Parte Rivelante e le sue Società del Gruppo manterranno sempre tutti i diritti di proprietà intellettuale (inclusi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, brevetti, diritti d'autore, diritti di marchio e diritti di know-how) relativi alle Informazioni Riservate e la Parte Ricevente (inclusi i Destinatari Autorizzati) non acquisirà, per contratto o per legge, alcun diritto di proprietà intellettuale in relazione alle Informazioni Riservate. Nessun diritto sulle Informazioni Riservate o licenza per le Informazioni Riservate è concesso alla Parte Ricevente o ai suoi Destinatari Autorizzati, ad eccezione del diritto limitato di utilizzare le Informazioni Riservate da parte di Destinatari Autorizzati ai fini del Contratto.

40.11. La Parte Ricevente e i suoi Destinatari Autorizzati, su richiesta scritta della Parte Rivelante o entro 30 giorni dalla cessazione o dalla scadenza del contratto che ha reso necessaria la trasmissione delle Informazioni Riservate, devono restituire senza indugio o distruggere tutti i documenti contenenti Informazioni Riservate e cancellare definitivamente tutti i dati contenuti nei supporti contenenti Informazioni Riservate. I file e tutte le relative copie contenenti Informazioni Riservate (in qualsiasi forma, in particolare riassunti, copie ed estratti di Informazioni Riservate) devono essere cancellati da tutti i supporti di memorizzazione o, se presenti in forma fisica, distrutti.

40.12. La Parte Ricevente e i suoi Destinatari Autorizzati non sono obbligati, a condizione che le Informazioni Riservate conservate siano mantenute riservate ai sensi del

presente Accordo di Riservatezza, a cancellare Informazioni Riservate o riassunti, note, analisi, raccolte, studi o altri documenti contenenti Informazioni Riservate qualora:

- a) siano conservati in backup o archiviati in un sistema informatico che contiene o conteneva in precedenza Informazioni Riservate, se il backup o l'archiviazione sono effettuati nell'ambito del normale funzionamento di tale sistema informatico e non è ragionevolmente possibile eliminare le Informazioni Riservate così memorizzate;
- b) devono essere conservati dalla Parte Ricevente e dai suoi Destinatari Autorizzati per finalità legate all'assicurazione della responsabilità civile professionale, a procedure di audit interno o alla governance interna; o
- c) devono essere conservati dalla Parte Ricevente e dai suoi Destinatari Autorizzati ai sensi della legge applicabile o in base a quanto stabilito da un'autorità giudiziaria, governativa o di regolamentazione competente o da un organismo analogo, o in base alle disposizioni o ai regolamenti di un'autorità di vigilanza sui mercati finanziari o di una borsa in cui i titoli della Parte Ricevente o dei suoi Destinatari Autorizzati sono quotati o negoziati o a fini di revisione contabile.

40.13. Per ogni singola violazione colposa dell'obbligo di riservatezza ai sensi dei paragrafi § 31 e § 40 delle presenti CGC, OBI Italia ha il diritto di esigere dal Cliente il pagamento di una penale, il cui importo deve essere determinato da OBI Italia a propria ragionevole discrezione e la cui adeguatezza sarà soggetta a controllo giudiziale in caso di controversia. In caso di trasmissione di Informazioni Riservate a più destinatari nell'ambito di un'unica azione, ad esempio in caso di invio di un'e-mail a più destinatari, la penale è dovuta per ciascun destinatario. Il pagamento della penale non preclude alcuna azione giudiziaria il risarcimento del maggior danno, se vengono fornite prove adeguate. In questo caso, il Cliente si riserva la possibilità di dimostrare che non ha subito alcun danno o comunque che non sia dell'importo lamentato. La penale potrà essere soggetta a compensazione in caso un eventuale risarcimento danni.

40.14. In caso di imminente violazione o continuazione di una violazione delle presenti CGC causata dalla Parte Ricevente o a essa imputabile, la Parte Rivelante ha il diritto di ottenere un provvedimento cautelare senza dover dimostrare un danno effettivo o potenziale.

§ 41 Diritto di menzione da parte di OBI Italia a fini promozionali

41.1. OBI Italia è autorizzata ad utilizzare la denominazione ed i segni distintivi del Cliente e a pubblicare la descrizione dei propri servizi forniti al Cliente (di seguito "**Dati Pubblicizzati**") al fine di promuovere i propri servizi a terzi (di seguito "**Scopo di Utilizzo**"). OBI Italia è quindi autorizzata a elencare pubblicamente i Dati Pubblicizzati sui siti web delle Società del Gruppo OBI e in presentazioni - come i pitch decks – inclusi gli eventuali marchi, loghi aziendali o altri marchi del cliente contenuti nel logo. Il Cliente concede a OBI Italia i necessari diritti di utilizzo degli stessi, senza alcuna limitazione spaziale o temporale ma limitatamente al perseguimento dello Scopo di Utilizzo concedendo altresì gli stessi diritti alle Società del Gruppo OBI.

§ 42 Conformità e Codice di Comportamento e Modello 231

42.1. Il Cliente si impegna a rispettare le leggi e i regolamenti a lui applicabili nonché il Codice di condotta di OBI per i partner commerciali (di seguito denominato "**Codice di Comportamento**"). Da questo derivano aspettative che sono anche sancite nella Dichiarazione dei Principi del Gruppo OBI. Il Cliente si impegna a

- compiere sforzi ragionevoli per garantire il rispetto dei principi regolati nel Codice di Comportamento anche da parte dei propri partner commerciali diretti.
- 42.2. OBI Italia e terzi incaricati da OBI Italia possono richiedere in qualsiasi momento al Cliente informazioni e documentazione adeguate a verificare la conformità e adottare misure di controllo qualora sussista il ragionevole sospetto di una violazione del Codice di Comportamento.
- 42.3. Il Cliente deve informare immediatamente OBI Italia se viene a conoscenza di violazioni del Codice di Comportamento nella propria area di attività o presso i suoi partner commerciali diretti o indiretti che sono coinvolti nella collaborazione con OBI Italia. Il Cliente è tenuto ad adottare immediatamente misure per prevenire e porre fine il più possibile alle violazioni e ai loro effetti negativi.
- 42.4. Qualora il Cliente violi ripetutamente o gravemente il Codice di Comportamento o i principi e gli obblighi stabiliti nel presente paragrafo § 42, OBI Italia ha il diritto di porre fine immediatamente al rapporto commerciale con il Cliente ai sensi dell'articolo 1456 del codice civile.
- 42.5. Inoltre, in caso di violazione o di fondato sospetto di violazione, OBI Italia ha il diritto di sospendere temporaneamente il rapporto fino alla cessazione della violazione o alla dissipazione del sospetto.
- 42.6. Il Cliente prende atto che OBI Italia ha adottato un Modello Organizzativo in conformità con il Decreto Legislativo n. 231/2001, di seguito il "**Modello 231**", pubblicato sul sito internet istituzionale.
- 42.7. Il Cliente assicura per sé e per conto dei propri dipendenti/collaboratori, che il suo business sarà condotto in conformità con i principi etici e le procedure stabilite nel suddetto Decreto e Modello 231, laddove applicabili e salva adozione a sua volta di un proprio modello organizzativo 231 ritenuto compatibile con quello di OBI Italia.
- 42.8. Le Parti dichiarano a tal fine di non essere soggette ad alcun procedimento penale pendente atto ad accertare i reati previsti dal Decreto Legislativo n. 231/2001 e che le Parti non sono state condannate con sentenza definitiva, o soggette a decreto penale di condanna di applicazione di sanzioni pecuniarie o interdittive previste dal suddetto Decreto.
- 42.9. Pertanto, il Cliente accetta di osservare i principi e gli obblighi previsti nel suddetto Decreto e si impegna a notificare l'Organismo di Vigilanza 231 di OBI Italia (di seguito "OdV" email: organismodivigilanzaobiitalia@pec.it) ogni potenziale evento che possa esporre al rischio di sanzioni previste dal Decreto. In ogni caso il Cliente accetta di tenere indenne e manlevato OBI Italia da ogni azione commessa dal suo personale apicale o di staff in violazione del Decreto o del Modello 231.
- 42.10. Le Parti sono consapevoli che il mancato rispetto degli obblighi previsti nei precedenti paragrafi darà diritto ad entrambe le Parti di risolvere immediatamente il contratto ai sensi dell'art. 1456 codice civile, fatto salvo il risarcimento del danno.

§ 43 Utilizzo dell'AI

Qualora il Cliente utilizzi un modello di AI o un sistema di AI ai sensi del Regolamento (UE) 2024/1689 ("**AI Act**") (modello di AI e sistema di AI di seguito indicati singolarmente e congiuntamente come "AI") nell'ambito del rapporto commerciale con OBI Italia, il Cliente si impegna a:

- (a) utilizzare l'AI che usa i dati di OBI Italia o i dati dei dipendenti OBI Italia solo in ambienti di sistema chiusi e non utilizzare i dati a fini di formazione sull'AI al di là dell'applicazione per OBI Italia;

- (b) utilizzare l'AI solo da parte di collaboratori che dispongono delle necessarie competenze in materia di AI ai sensi dell'articolo 4 dell'AI Act;
- (c) rispettare gli obblighi di classificazione previsti dalla legge in relazione all'uso dell'AI, in particolare quelli previsti nell'AI Act.

§ 44 Cessione, compensazione e subappalto

- 44.1. OBI Italia è autorizzata a cedere in qualsiasi momento i propri crediti verso il Cliente derivanti da un ordine a una o più Società del Gruppo OBI. OBI Italia è altresì autorizzata a compensare i propri crediti con i crediti del Cliente; ciò vale anche per i crediti che il cliente vanta nei confronti di altre società del gruppo OBI, senza obbligo di reciprocità.
- 44.2. La compensazione o l'esercizio del diritto di ritenzione o del diritto di rifiutare la prestazione da parte di OBI Italia è possibile nella misura in cui OBI Italia è titolare di diritti o di pretese nei confronti del Cliente, indipendentemente dal fatto che eventuali contro-pretese di OBI Italia si riferiscano al negozio giuridico da cui il Cliente deriva le sue pretese.
- 44.3. La compensazione o l'esercizio del diritto di ritenzione o di rifiuto della prestazione da parte del Cliente è possibile solo in presenza di crediti incontestati o legalmente accertati. Tali diritti possono essere esercitati dal Cliente solo se le contro-pretese si basano sullo stesso rapporto contrattuale.
- 44.4. OBI Italia ha la facoltà di subappaltare, nel rispetto della normativa applicabile, i servizi che deve fornire al Cliente, in tutto o in parte, a Società del Gruppo OBI o ad altri suoi incaricati e il Cliente autorizza sinora tale subappalto. Resta inteso che OBI Italia sarà responsabile delle prestazioni dei propri incaricati e subappaltatori nei confronti del Cliente.

§ 45 Modifiche

- 45.1. In deroga al paragrafo 46.7, OBI Italia ha il diritto di modificare le presenti CGC, nella misura in cui ciò sia necessario per la ragionevole continuazione ed esecuzione del rapporto contrattuale, per i seguenti motivi:
 - a) per compensare eventuali lacune contrattuali, se una lacuna insorta dopo la conclusione del contratto nelle presenti CGC crea difficoltà non trascurabili nell'esecuzione del contratto (ad esempio, un paragrafo viene dichiarato inefficace) e non sia possibile porvi rimedio in altro modo; o
 - b) per adeguare le presenti CGC ai cambiamenti normativi (ad esempio, modifiche della legge applicabile o interventi della giurisprudenza di legittimità), nella misura in cui ciò sia necessario per garantire l'efficacia e la conformità delle presenti CGC e delle reciproche obbligazioni delle Parti;
 - c) per ristabilire il rapporto di equivalenza tra le obbligazioni delle Parti se, dopo la conclusione del contratto, ciò è perturbato in misura non trascurabile da cambiamenti normativi imprevedibili o di altro tipo (ad esempio, modifiche normative inaspettate, il cui *iter* legislativo non era ancora stato avviato al momento della conclusione del contratto). Ciò vale solo se OBI Italia non provoca tali modifiche e non ha alcuna influenza su di esse; o
 - d) per tenere conto degli adeguamenti dell'organizzazione aziendale del Gruppo OBI, se del caso.

- 45.2. OBI Italia deve informare il Cliente della modifica proposta almeno sei settimane prima della prevista entrata in vigore delle CGC modificate.
- 45.3. Il Cliente può recedere dalle disposizioni delle CGC interessate dalla modifica senza preavviso e senza spese entro la data proposta per l'entrata in vigore delle CGC modificate. Qualora il Cliente non eserciti il diritto di recesso entro la data di entrata in vigore delle CGC modificate, queste saranno considerate accettate e determinanti per la prosecuzione rapporto contrattuale. OBI Italia informerà il Cliente di tale diritto nella comunicazione riguardante la modifica delle CGC.

§ 46 Disposizioni finali

- 46.1. Le presenti CGC e tutti gli Ordini relativi alle presenti CGC sono soggetti al diritto italiano con esclusione della Convenzione delle Nazioni Unite sui contratti di vendita internazionale di beni.
- 46.2. Il foro competente esclusivo per tutte le controversie tra le Parti derivanti da o in relazione alle presenti CGC e a ciascun Ordine è Milano.
- 46.3. Eventuali condizioni generali di contratto del Cliente non trovano applicazione e non sono parte integrante del contratto, indipendentemente dal fatto che il Cliente abbia inviato le proprie condizioni a OBI Italia – in qualsiasi forma o per qualsiasi motivo – e OBI Italia non si sia opposta.
- 46.4. Qualora una disposizione delle presenti CGC o degli Ordini a esse collegati sia o diventi non valida, inefficace o inapplicabile o dovesse sussistere una lacuna contrattuale, ciò non pregiudica la validità delle CGC o degli Ordini a esse collegati. In tal caso, la disposizione non valida, inefficace o inapplicabile sarà considerata sostituita da una disposizione giuridicamente valida che si avvicini il più possibile alle finalità volute della disposizione non valida, inefficace o inapplicabile, nella misura in cui OBI Italia non si avvalga del proprio diritto di modifica ai sensi del paragrafo 45.1. Lo stesso vale per eventuali lacune contrattuali.
- 46.5. OBI Italia è autorizzata in qualsiasi momento a cedere, in tutto o in parte, i diritti e gli obblighi derivanti dalle presenti CGC e dagli Ordini ad altre Società del Gruppo OBI senza necessità di accettazione del Cliente. Diversamente, la cessione di diritti e obblighi da una Parte a soggetti terzi richiederà il previo consenso scritto dell'altra Parte, che non potrà essere irragionevolmente negato.
- 46.6. Il mancato esercizio o applicazione da parte di OBI Italia di qualsiasi diritto o rimedio concesso ai sensi delle presenti CGC non sarà considerato una rinuncia a tali diritti e rimedi. Ciascuno dei diritti di OBI Italia concessi ai sensi delle presenti CGC esisterà cumulativamente e contemporaneamente a qualsiasi altro diritto e rimedio concesso dalla legge o regolamento applicabile.
- 46.7. Le presenti CGC e i relativi allegati, unitamente al rispettivo Ordine, costituiscono l'intero accordo tra le Parti in relazione al rispettivo Ordine. Per essere efficaci, eventuali modifiche, integrazioni o abrogazioni delle presenti CGC o di un Ordine devono essere in forma scritta e per soddisfare il requisito della forma scritta è sufficiente un documento elettronico con firma elettronica e protocollo di firma utilizzando un software per la firma elettronica.
- 46.8. Il presente contratto disciplina l'esecuzione di prestazioni d'opera intellettuale. Qualora, nel corso dell'esecuzione del presente contratto, si rendesse necessaria l'esecuzione di prestazioni complementari e/o connesse a quelle previste dallo stesso e rientranti fra quelle per cui è necessario assolvere agli obblighi previsti dal Decreto Legislativo n. 81/2008 in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, ciascuna Parte si impegna a collaborare con l'altra Parte al fine di stipulare

idoneo contratto di appalto e di attuare tutte le misure di prevenzione e protezione necessarie.

Data: _____

OBI Italia S.r.l.

(Firma)

(Luogo e Data)

Cliente

(Firma)

(Luogo e Data)

Letto, confermato e sottoscritto

Ai sensi e per gli effetti degli articoli 1341 e 1342 del codice civile il Cliente, previa attenta lettura di ogni articolo, e avendo attentamente esaminato il contenuto delle disposizioni di cui agli articoli § 8.2 (Recesso e risoluzione), § 9 (Responsabilità e obblighi del Cliente), § 10 (Rifiuto, disattivazione, modifica e rimozione del Materiale Pubblicitario), § 11.3 e 11.4 (Eccezioni relative al Materiale Pubblicitario), § 12 (Durata della Campagna Pubblicitaria), § 13.2 (Modifiche al Briefing richieste dal Cliente), § 13.3 (Responsabilità del Cliente per i Materiali Creativi), § 13.5 (Eccezioni relative al progetto), § 15 (Diritto di Utilizzo), § **Errore. L'origine riferimento non è stata trovata.** (risoluzione), § 18.4 e 24.4 (Ritardo nel pagamento); § 26.4 (Responsabilità del Cliente), § 29.4 e 29.5 (Sospensione della Banca Dati), § 32 (Riservatezza speciale), § 33 (Diritto speciale di risoluzione), § 34 (Durata del contratto), § 34.2 (Verifica di vizi, errori e difetti), § 36 (Responsabilità), § 37 (Manleva), § 38 (Forza maggiore), § 39 (Recesso e risoluzione), § 40 (Accordo di riservatezza), § 41 (Diritto di

menzione da parte di OBI Italia a fini promozionali), § 42 (Conformità e Codice di Comportamento e Modello 231), § 44 (Cessione, compensazione e subappalto), § 45 (Modifiche), § 46.2 (Foro competente), § 46.5 (Cessione), dichiara espressamente di approvarle.

Cliente

(Firma)

Allegato 1 – Descrizione dei pacchetti di Insights Solutions

1. Basic

Il pacchetto "Basic" contiene i seguenti dati per tutti gli articoli elencati con i numeri di fornitore definiti:

- volume delle vendite settimanali e mensili delle ultime 104 settimane per ogni articolo, categoria e categoria principale, suddiviso per ogni punto vendita OBI, Stato e Paese;
- l'importo delle vendite settimanali e mensili delle ultime 104 settimane per ogni articolo, categoria e categoria principale, suddiviso per ogni punto vendita OBI, Stato e Paese;
- raffronto annuale tra l'anno in corso e l'anno precedente, il delta annuale può essere mostrato per settimana e mese;
- visualizzazioni della pagina dei dettagli del prodotto sulla piattaforma online OBI nelle ultime 104 settimane;
- la ripartizione delle vendite secondo i canali di distribuzione disponibili (in negozio, ritiro in negozio dopo prenotazione on line e consegna a domicilio dopo acquisto on line) per tutti i livelli di aggregazione dei dati sulle vendite di cui sopra;
- dettagli dell'articolo: Numero articolo fornitore, EAN e attributi articolo personalizzati opzionali.

Inoltre, il pacchetto "Basic" contiene i seguenti dati:

- dati meteorologici (precipitazioni e temperatura media) per ogni punto vendita OBI;
- informazioni sulle proprietà di tutti i punti vendita OBI in termini di partecipazione heyOBI, disponibilità di attrezzature a noleggio, noleggio trasporti, garden center, capannone di materiali da costruzione, servizi fai-da-te, progettista di bagni, progettista di cucine, progettista di giardini e modello di business (negozio proprietario vs negozio in franchising), cluster di dimensioni e ubicazioni nonché attributi di mercato da definire individualmente.

Il pacchetto "Basic" contiene le seguenti dashboard / analisi pronte all'uso:

- evoluzione del fatturato nel tempo;
- distribuzione regionale delle vendite (compresa l'analisi del fatturato medio giornaliero per punto vendita OBI e del contributo alla crescita per punto vendita OBI);
- evoluzione delle visualizzazioni dei prodotti online nel tempo;
- rapporto tra visualizzazioni del prodotto e le vendite online effettive;
- distribuzione del fatturato tra i diversi punti vendita OBI (le filiali possono essere filtrate in base alle caratteristiche del punto vendita);
- confronto tra regioni di vendita selezionate (Top 5, Flop 5 in base a filtri selezionati).

2. Stock

Il pacchetto "Stock" contiene i seguenti dati per tutti gli articoli elencati con i numeri di fornitore definiti:

- scorte delle ultime 52 settimane per articolo per punto vendita OBI a una data fissa della settimana;
- disponibilità stazionaria di un articolo, di una categoria o di una categoria principale in %. La disponibilità stazionaria in % indica la percentuale di mercati in cui l'articolo era effettivamente disponibile nel periodo selezionato.
- numero di punti vendita OBI in cui un articolo è o è stato venduto;

- resa stazionaria di un articolo/categoria/categoria principale in settimane (totale / per negozio). La resa stazionaria è calcolata in base alla media della domanda nelle ultime 4 settimane e allo stock attuale. Indica per quante settimane in più sarebbero sufficienti le scorte se la domanda futura corrispondesse alla domanda media delle ultime 4 settimane;
- disponibilità online di un articolo, di una categoria o di una categoria principale in %. La **disponibilità online** indica la percentuale di clienti che hanno consultato la pagina dei dettagli di un articolo e che avrebbero potuto acquistare quell'articolo. Ciò significa che l'indicatore indica la percentuale di clienti che hanno visualizzato l'articolo come "acquistabile" (disponibile in HD) e che avrebbero potuto aggiungerlo al carrello nel negozio online.

Il pacchetto di dati "Stock" contiene le seguenti dashboard / analisi pronte all'uso:

- evoluzione della disponibilità del prodotto nel corso delle ultime 52 settimane;
- disponibilità dell'assortimento e panoramica della gamma;
- analisi dettagliata delle scorte per punto vendita OBI e per articolo.

3. Sviluppo Categoria

Il pacchetto "Sviluppo Categoria" contiene i seguenti dati per tutti gli articoli elencati con i numeri di fornitore definiti:

- andamento relativo del fatturato delle sottocategorie e delle principali categorie di OBI in un periodo selezionato e sulla base di un periodo di riferimento selezionato (selezionabile negli ultimi 25 mesi);
- andamento relativo delle vendite di tutti i prodotti elencati con i numeri di fornitore definiti in un periodo di tempo selezionato e sulla base di un periodo di riferimento selezionato (selezionabile negli ultimi 25 mesi);
- contributo alla crescita di ciascuna sottocategoria e categoria principale;
- percentuale del fatturato di una sottocategoria rispetto al fatturato totale di una categoria principale;
- Quota di fatturato per ogni canale di vendita (in negozio, ritiro in negozio dopo prenotazione online e consegna a domicilio dopo acquisto online) in una sottocategoria.

Il pacchetto "Sviluppo Categoria" contiene le seguenti dashboard / analisi pronte all'uso:

- andamento del fatturato delle categorie in un dato periodo rispetto al periodo di riferimento;
- Andamento del fatturato delle ultime 52 settimane.