



Terms of Use

1. Scope of Application

- 1.1 To the extent not otherwise agreed, these Standard Terms and Conditions shall govern the legal relationships between Kaufland Romania SCS, with headquarters in Bucharest, Barbu Văcărescu Str. Nr. 120–144, Sektor 2, registered in the commercial register under no. J2003017052408, individual registration no. 15991149 ("Kaufland") and the Advertising Customer.
- 1.2 Die Nutzungsbedingungen gelten ausschließlich. Die Anwendung jeglicher Geschäftsbedingungen des Werbekunden ist ausgeschlossen, auch wenn diese Abwehrklauseln enthalten, die zur Unwirksamkeit dieser Nutzungsbedingungen führen würden. Abweichende oder zusätzliche Geschäftsbedingungen des Werbekunden werden nur Vertragsbestandteil, soweit Kaufland ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zustimmt. Die Nutzungsbedingungen gelten auch dann, wenn Kaufland in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Geschäftsbedingungen eine Leistung vom Werbekunden annimmt.
- 1.3 The provisions of these Terms of Use shall also apply to all future transactions with the Advertising Customer relating to the service.

2. Definitions

"Order" means a contract between the Advertising Customer and Kaufland for media services.

Condiții generale de utilizare

1. Domeniul de aplicare

- 1.1 Relația juridică dintre Kaufland Romania SCS, cu sediul în București, str. Barbu Văcărescu nr. 120–144, sector 2, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J2003017052408, CUI 15991149, („Kaufland”) și clientul publicitar este reglementată de aceste condiții de utilizare, cu excepția cazului în care se convine altfel.
- 1.2 Condițiile de utilizare se aplică în mod exclusiv. Aplicarea oricăror condiții comerciale ale clientului publicitar este exclusă, chiar dacă acestea conțin clauze de protecție care ar conduce la nulitatea prezentelor condiții de utilizare. Condiții divergente sau suplimentare ale clientului publicitar devin parte a contractului numai în cazul în care Kaufland acceptă în mod expres în scris valabilitatea acestora. Condițiile de utilizare se aplică, de asemenea, în cazul în care Kaufland acceptă un serviciu de la clientul publicitar cunoscând condițiile comerciale contradictorii sau divergente.
- 1.3 Condițiile de utilizare se aplică, de asemenea, tuturor tranzacțiilor viitoare cu clientul publicitar în legătură cu obiectul prestației.

2. Definiții

„Comandă” înseamnă un contract între clientul publicitar și Kaufland pentru prestarea de servicii media.



"Viewable Impression" means ads in which at least 50% of the display pixel are continuously visible on the user's screen for at least 1 second.

"Banner Advertising" means ads which promote the Advertising Customer's company itself as well as certain products of the Advertising Customer and are linked to corresponding offers or a brand page on the advertising channels.

"Coupon Advertising" means ads which promote a certain product of the Advertising Customer that can be redeemed by registered end customers for a special price in the stores of the Kaufland Group or online.

CPA: Cost per action. "Action" is defined as the purchase of an item, registered via the cash register system in the stores of the Kaufland Group when displayed or when the displayed Advertising Material is clicked on during the campaign period with a 14-day attribution window. Multiple product purchases are included in the CPA calculation. "Cost" is defined as the price per action. In the case of CPA campaigns, the impressions are treated as Viewable Impressions when displayed and are not billed as advertising service until the promoted product is sold.

CPM: Costs per 1000 Advertising Material displayed means the costs per 1000 visible Advertising Material. Advertising Material is defined as "visible" when at least 50% of the area is visible for at least one second in the browser window or the app.

CPC: Cost per click is the price payable by the Advertising Customer for a user's click on Advertising Material. In the case of CPC campaigns, the impressions are not billed as

„Impresie vizionabilă" înseamnă reclamele în care cel puțin 50% din pixelii de afișare sunt vizibili în mod continuu pe ecranul utilizatorului timp de cel puțin o secundă.

„Publicitate prin bannere" înseamnă anunțuri care fac reclamă firmei propriu-zise a clientului publicitar, precum și anumitor produse ale clientului publicitar și care sunt legate de oferte corespunzătoare sau de o pagină a mărcii în cadrul canalelor publicitare.

„Publicitatea prin cupoane" se referă la anunțurile care promovează un anumit produs al clientului publicitar care poate fi răscumpărat de clienții finali înregistrați la un preț preferențial în magazinele Grupului Kaufland sau online.

CPA: Cost per promoție. Promoția este definită ca achiziționarea unui produs înregistrat prin intermediul sistemului de plată din magazinele Grupului Kaufland, atunci când materialul publicitar afișat este redat sau se face clic pe acesta în perioada campaniei, cu o fereastră de atribuire de 14 zile. Achizițiile multiple de produse sunt incluse în calculul CPA. Costul este definit ca prețul pe promoție. În campaniile CPA, impresiile sunt luate în considerare ca impresii vizionabile în timpul difuzării și sunt facturate ca serviciu publicitar numai atunci când se vinde produsul promovat.

CPM: Costul pentru 1000 de suporturi publicitare afișate înseamnă costul pentru 1000 de suporturi publicitare vizibile. Suporturile publicitare sunt definite ca vizibile dacă cel puțin 50% din suprafața acestora este vizibilă timp de cel puțin o secundă în fereastra browser-ului sau a aplicației.

CPC: costul pe clic reprezintă prețul datorat de clientul publicitar pentru clicul unui utilizator pe un suport publicitar. În campaniile CPC, anunțurile se facturează ca servicii de publicitate numai atunci când se face clic pe materialul publicitar.

advertising services until the Advertising Material is clicked on.

3 The Service

3.1 Kaufland shall grant the Advertising Customer access to the advertising platform of Kaufland ("Platform"). This includes an advertising calendar generally valid for 12 weeks in which all digital advertising space (referred to as an "Advertising Channel") available for a certain product group and certain period are listed. Kaufland reserves the right to revise the advertising calendar on short notice.

3.2 On the basis of the period specified in the advertising calendar for a certain product group and indicating a given product, a preferred target group, the ad form and intended duration of the advertising campaign, the Advertising Customer is entitled to register a campaign to that effect on the Platform and submit bids for the placement of the corresponding ad on the advertising space. This option is available solely for the German Platform.

3.3 Once the advertising calendar is made available online, the Advertising Customer can have the requested campaign created by Kaufland. If the relevant details of the campaign for the promoted products are not agreed within eight weeks of the scheduled launch, additional inventory availability for the product to be promoted cannot be ensured. Therefore, Kaufland shall be entitled to reduce the scope of the requested ad placement with respect to the display volume in the event of limited inventory availability.

3.4 Subject to clause 3.6 and if and to the extent that the Advertising Customer has the highest bid within the meaning of clause 5.7, Kaufland shall place an ad

3 Obiectul serviciului

3.1 Kaufland acordă clientului publicitar acces la platforma publicitară Kaufland („Platforma”). Aceasta include un calendar publicitar valabil, în general, timp de 12 săptămâni, în care sunt enumerate toate spațiile publicitare digitale disponibile pentru o anumită grupă de produse și pentru o anumită perioadă (denumit „canal publicitar”). Kaufland își rezervă dreptul de a revizui calendarul publicitar în termen scurt.

3.2 Clientul publicitar este autorizat să creeze o campanie corespunzătoare pe platformă pe baza perioadei specificate în calendarul publicitar pentru o anumită grupă de produse, specificând un produs, un grup-țintă preferat, forma de publicitate și durata dorită a promovării, și să depună oferte pentru plasarea anunțului corespunzător în spațiile publicitare. Această opțiune se aplică numai platformei germane.

3.3 De îndată ce calendarul publicitar este disponibil online, clientul publicitar poate solicita Kaufland să creeze campania dorită. În cazul în care coordonarea relevantă pentru campanie pentru bunurile promovate are loc mai târziu de opt săptămâni înainte de începerea planificată a acesteia, nu se poate garanta disponibilitatea suplimentară a bunurilor pentru produsul care urmează să fie promovat. Prin urmare, Kaufland are dreptul de a reduce domeniul de aplicare al plasamentului publicitar dorit în cazul unei disponibilități limitate a bunurilor, dacă este necesar în ceea ce privește volumul de difuzare.

3.4 Sub rezerva punctului 3.6 și dacă și în măsura în care clientul publicitar are oferta cea mai mare în sensul punctului 5.7, Kaufland se obligă să plaseze o reclamă destinată grupului-țintă



directed at the target group on the designated advertising space for the selected product and relevant period.

- 3.5 Depending on availability, the ad may be implemented as Banner Advertising or Coupon Advertising ("Ad Forms") by Kaufland in accordance with the specifications.
- 3.6 The Advertising Customer undertakes to comply with the CI specifications provided by Kaufland for the graphical and textual design of the ads ("Specifications"). The Advertising Customer is legally responsible for the graphical and textual design of the ads and for complying with the Specifications. Kaufland reserves the right to change or amend the Specifications and will notify the Advertising Customer of this in writing or in text form in a timely manner.
- 3.7 Regardless of the advertising space offered in the advertising calendar, Kaufland reserves the right to at any time offer advertising space to the Advertising Customer via the Platform at a fixed price.
- 3.8 Depending on the type of campaign, fixed placements are defined as Rendered Impressions or as Viewable impressions when at least 50% of the area is visible for at least one second in the browser window or the app.

4 Blind auction

- 4.1 For the sake of clarity, the parties hereby confirm that Kaufland has contractually granted access to the Platform as described in clause 3 and the right to bid on available advertising space on the same conditions to other counterparties ("bidders") as well. The Advertising Customer is aware that these other bidders could underbid it in the process described in clause 5 and that the

selectat pe spațiul publicitar desemnat pentru produsul selectat și perioada relevantă.

- 3.5 În funcție de disponibilitate, anunțul poate fi conceput sub forma unui banner publicitar sau a unui cupon publicitar („formate publicitare”), în conformitate cu specificațiile Kaufland.
- 3.6 Clientul publicitar se obligă să respecte specificațiile CI furnizate de Kaufland pentru conținutul și designul grafic al anunțurilor („Specificații”). Clientul publicitar își asumă răspunderea juridică pentru conținutul și concepția grafică a anunțului și pentru respectarea specificațiilor. Kaufland își rezervă dreptul de a modifica sau completa specificațiile și va informa în timp util clientul publicitar în scris sau sub formă de text.
- 3.7 Indiferent de spațiul publicitar oferit în calendarul publicitar, Kaufland își rezervă dreptul de a oferi în orice moment clientului publicitar spațiu publicitar la un preț fix prin intermediul platformei.
- 3.8 În funcție de tipul de campanie, plasamentele fixe sunt definite ca impresii vizionabile, dintre care cel puțin 50% sunt vizibile timp de cel puțin o secundă în fereastra browser-ului sau a aplicației.

4 Procesul de licitație ascuns

- 4.1 Părțile clarifică faptul că s-a acordat de Kaufland prin contract accesul la platforma descrisă la punctul 3 și dreptul de a licita pe spațiul publicitar disponibil altor parteneri contractuali în aceleași condiții. Clientul publicitar cunoaște faptul că oferta acestuia poate fi depășită de acești parteneri contractuali în conformitate cu procedura descrisă la punctul 5 și că oferta cea mai mare relevantă în sensul



relevant highest bid within the meaning of clause 5.7 will be determined in real time, taking into account the individual advertising efficiency calculated by Kaufland.

4.2 However, Kaufland warrants to the Advertising Customer that its bid will be hidden and neither the identity of the Advertising Customer nor the amount of its bid will be disclosed to the other bidders.

5 Auction Process

5.1 By entering available advertising space for a certain product group and a certain period in the advertising calendar, Kaufland makes a binding offer to provide such advertising space and to place the Advertising Customer's requested ad, taking into account the selected target group.

5.2 The period during which the offer may be accepted shall end three working days prior to the scheduled launch of the campaign. Until the period for acceptance expires, the Advertising Customer may raise any bid already submitted at any time.

5.3 As contractual consideration, Kaufland shall set a starting price payable depending on the selected advertising format.

5.4 The applicable starting prices are set out in the Order. The fixed prices for other campaigns not calculated in accordance with the auction process within the meaning of clause 3.7 are also set out in the applicable Order.

5.5 Kaufland shall be entitled to amend the price list with prospective effect by giving notice of the new price list in text form. The amended price list shall not apply to

punctului 5.7 este, de asemenea, determinată în timp real, luând în considerare o eficiență publicitară stabilită individual de Kaufland.

4.2 Cu toate acestea, Kaufland asigură clientul publicitar că oferta acestuia va fi ascunsă și că nici identitatea clientului publicitar, nici valoarea ofertei acestuia nu vor fi dezvăluite celorlalți parteneri contractuali.

5 Desfășurarea licitației

5.1 Prin plasarea în calendarul publicitar a unui spațiu publicitar rezervabil pentru o anumită grupă de produse și o anumită perioadă de timp, Kaufland prezintă o ofertă opozabilă pentru punerea la dispoziție a acestui spațiu publicitar și plasarea anunțului dorit de clientul publicitar, ținând cont de grupul-țintă selectat.

5.2 Perioada în care oferta poate fi acceptată se încheie cu trei zile lucrătoare înainte de începerea planificată a campaniei. Clientul publicitar are dreptul de a mări o ofertă deja depusă în orice moment până la sfârșitul perioadei de acceptare.

5.3 Cu titlul de contraprestație contractuală, Kaufland stabilește un preț de pornire care trebuie plătit în funcție de formatul de publicitate selectat.

5.4 Prețurile de pornire valabile în prezent se găsesc în comandă. Prețurile fixe pentru alte campanii care nu au fost stabilite în conformitate cu procedura de licitație în sensul punctului 3.7 rezultă, de asemenea, din comanda valabilă în prezent.

5.5 Kaufland este autorizată să ajusteze lista de prețuri pentru viitor – prin comunicarea noii liste de prețuri în scris. Lista de prețuri ajustată nu se aplică



campaigns that have already been registered or launched.

5.6 By registering its campaign on the platform, pressing the corresponding button and submitting a bid in an amount at least equivalent to the starting price, the Advertising Customer accepts Kaufland's offer as binding. However, acceptance is subject to the condition precedent that the Advertising Customer has the highest bid within the meaning of clause 5.7 at the time of the requested ad placement. In this respect, Kaufland performs a real-time analysis to the nearest minute. If at any time during the campaign another bidder has the highest bid, the Advertising Customer shall have no claim to placement of its ad.

5.7 The highest bid within the meaning of this Agreement is that bid submitted within the period for acceptance representing the highest amount proportionate to Kaufland's expected advertising efficiency in the given case. Advertising efficiency is calculated according to how relevant and useful the placement of the ad is for the Advertising Customer. The details on the calculation of advertising efficiency are set out in clause 8.

5.8 For the sake of clarity, the parties hereby confirm that competitive bidding will only take place provided that the campaign of the Advertising Customer and that of another bidder overlap both in terms of the date and period of the requested ad display as well as with respect to the selected target group and the Ad Form.

5.9 The Advertising Customer may not withdraw its bid during the agreed campaign period.

5.10 If the Advertising Customer acquires the right in the auction under clause 5.1 to 5.9 to have its ad placed, the

campaniilor care au fost deja anulate sau începute.

5.6 Prin plasarea campaniei acestuia pe platformă și prin depunerea unei oferte corespunzătoare cel puțin prețului de pornire făcând clic pe butonul corespunzător, clientul publicitar acceptă oferta Kaufland cu efect opozabil. Cu toate acestea, acceptarea este supusă condiției suspensive ca clientul publicitar să aibă oferta cea mai mare în sensul punctului 5.7 la momentul plasării publicității dorite. În acest sens, Kaufland efectuează o evaluare în timp real la minut. În cazul în care un alt partener contractual deține oferta cea mai mare pentru întreaga perioadă de campanie sau părți ale acesteia sau în cazul în care aceasta îi este transferată, clientul publicitar nu are niciun drept la plasarea anunțului respectiv al acestuia.

5.7 Oferta cea mai mare în sensul prezentului contract este oferta depusă în perioada de acceptare pentru care suma de bani oferită este cea mai mare în raport cu eficiența publicitară preconizată de Kaufland. Eficiența publicitară este măsurată în funcție de cât de relevantă și utilă este plasarea anunțului pentru clientul publicitar. Detaliile pentru determinarea eficienței publicitare se găsesc la punctul 8.

5.8 Pentru evitarea oricărui dubiu, părțile declară că un concurs de oferte va avea loc numai cu condiția să se suprapună campania clientului publicitar și cea a unui alt partener contractual atât în ceea ce privește timpul și perioada de difuzare a publicității dorite, cât și în ceea ce

campaign will be launched in the corresponding period. The ad placement shall end when the Advertising Customer exhausts its budget for the relevant campaign ("Campaign Budget") or the agreed campaign period expires.

5.11 The Advertising Customer will be informed of the course of the campaign based on the available Campaign Budget on the Platform.

6 Advertising Material Design

6.1 Kaufland shall be responsible for approving the Advertising Material. Should the Advertising Customer so request, Kaufland will advise it on the design of the Advertising Material and make recommendations regarding the campaign.

6.2 The details of such recommendations shall be agreed individually between the parties.

6.3 When designing advertising material, the Advertising Customer is entitled to a maximum of two correction loops. One correction loop comprises the revision of the advertising material based on changes requested by the Advertising Customer, which must be communicated within 3 working days of submission of the draft. After the second correction loop, further changes will be charged as an additional service. Kaufland shall inform the Advertising Customer in advance of the costs for further changes. The Advertising Customer may decide within 3 working days of receipt of the notification whether he wishes to commission the further changes.

7 Remuneration; Billing

7.1 The remuneration owed by the Advertising Customer shall be calculated on the basis of the actual number of ad impressions/product sales following the

privește grupul-țintă selectat și forma de publicitate.

5.9 Clientul publicitar nu are dreptul de a-și retrage oferta în cursul perioadei de campanie convenite

5.10 În măsura în care, în conformitate cu procedura de licitație prevăzută la punctele 5.1–5.9, a apărut o pretenție de plasare a unei reclame în favoarea clientului publicitar, campania începe în perioada corespunzătoare. Plasamentul publicitar încetează cel târziu în momentul în care bugetul prevăzut de clientul publicitar pentru campania respectivă („bugetul campaniei”) este epuizat sau perioada convenită a campaniei a expirat.

5.11 Clientul publicitar este informat cu privire la evoluția campaniei pe platformă în funcție de consumul bugetului de campanie utilizat.

6 Proiectarea materialului publicitar

6.1 Kaufland este responsabilă pentru avizarea materialului publicitar. La cererea clientului publicitar, Kaufland este pregătită să îl consilieze pe client cu privire la conceperea materialului publicitar și să facă recomandări adecvate pentru campanie.

6.2 Detaliile recomandărilor urmează să fie convenite individual între părți.

6.3 Clientul publicitar are dreptul la cel mult două cicluri de corecție la proiectarea materialului publicitar. Un ciclu de corecție cuprinde revizuirea materialului publicitar pe baza modificărilor solicitate de clientul publicitar, care trebuie comunicate în termen de 3 zile lucrătoare de la prezentarea proiectului. După al doilea ciclu de corectare, modificările ulterioare vor fi taxate ca serviciu suplimentar. Kaufland va informa în prealabil clientul publicitar cu privire la costurile pentru modificările suplimentare. Clientul publicitar poate decide în termen de 3 zile lucrătoare de



ad impression/user's interaction with the ad during the review period. The price for the relevant CPM/CPA/CPC in this regard is the last bid submitted by the Advertising Customer during the period for acceptance.

7.2 The amounts due shall be billed following the expiration of the period stated in the Order at the latest (the campaign period stated by the Advertising Customer). This period represents the period of the service. Kaufland may require advance payments during the campaign period. Where advance payments are required, Kaufland shall prepare a final account statement at the end of the campaign period reflecting the advance payments received.

7.3 The remuneration claim shall not be affected by circumstances that retrospectively eliminate the payment obligation on the part of the end customer (e.g., withdrawal, warranty rights) or by a failure on the part of the end customer to pay.

7.4 Unless otherwise agreed, Kaufland is not responsible for any particular outcome in connection with the advertising campaigns.

8 Advertising Efficiency

8.1 A core paradigm of the Platform is maximizing advertising relevance for the consumer and thus achieving the best possible advertising efficiency for the advertiser in terms of key metrics. Therefore, before displaying each ad, Kaufland calculates how attractive the advertising is to the individual consumers in the context of the promoted products.

8.2 A key indicator of attractiveness is the likelihood that a consumer will purchase one of the products promoted in the ad, i.e., respond positively to the content of

la primirea notificării dacă dorește să comande modificările suplimentare.

7 Remunerație; facturare

7.1 Remunerația datorată de clientul publicitar se calculează pe baza afișărilor publicitare sau a vânzărilor de produse realizate efectiv în perioada analizată după afișările publicitare sau interacțiunile utilizatorilor cu anunțul. Prețul pentru CPM, CPA sau CPC relevant corespunde ultimei oferte depuse de clientul publicitar în perioada de acceptare.

7.2 Facturarea se efectuează cel târziu după expirarea perioadei menționate în comandă (perioada campaniei specificată de clientul publicitar); această perioadă corespunde perioadei de prestare a serviciilor. Kaufland are dreptul să solicite plăți parțiale în timpul perioadei de campanie. În cazul în care se solicită plăți parțiale, Kaufland va întocmi o factură finală la expirarea perioadei de campanie, ținând cont de plățile parțiale primite.

7.3 Dreptul la remunerație nu este afectat de circumstanțele care elimină ulterior obligația de executare a clientului final (de exemplu, anularea, drepturile de garanție) sau de neexecutarea de către clientul final.

7.4 Cu excepția cazului în care se convine altfel, Kaufland nu datorează niciun succes specific al campaniilor publicitare.

8 Eficiența publicității

8.1 Una dintre paradigmele centrale ale platformei este maximizarea relevanței publicității pentru consumator și, astfel, obținerea celei mai bune eficiențe publicitare posibile pentru clientul

the ad in the sense of a clearly identifiable attribution.

8.3 A key indicator of attractiveness is the likelihood that a consumer will purchase one of the products promoted in the ad, i.e., respond positively to the content of the ad in the sense of a clearly identifiable attribution.

- Previous purchases by the consumer of the promoted products;
- Previous purchases by the consumer of other products in the same category as the promoted products;
- Previous purchases by the consumer of complementary products or substitutes for the promoted products;
- The consumer's interest in key characteristics of the promoted products;
- The consumer's sensitivity to advertising in general;
- The consumer's general or product-specific price elasticity;
- The consumer's current supply of the promoted products or substitute products.

8.4 Kaufland uses this calculation to determine a "relevance score" for the ad for each consumer individually. The relevance score thus modulates the ad's likelihood of success in the first-price sealed-bid auction for the consumer's respective ad placement. The aim of this approach is to maximize advertising relevance for the consumer and this achieve the greatest possible advertising efficiency for the advertiser.

publicitar în ceea ce privește parametrii centrali. Prin urmare, Kaufland calculează cât de atractive sunt reclamele pentru consumatorul individual în contextul produselor promovate înainte de fiecare difuzare a publicității.

8.2 Indicatorul-cheie pentru atractivitate este probabilitatea ca un consumator să cumpere un produs promovat în anunț – adică să reacționeze pozitiv la conținutul anunțului în sensul unei atribuirii clare.

8.3 Scorul de relevanță se calculează cu ajutorul unui algoritm care include, dar nu se limitează la, următorii factori: achiziții anterioare de către consumator ale produselor promovate:

- achiziții anterioare de către consumator ale produselor promovate;
- Achizițiile anterioare de către consumator ale altor produse din aceeași categorie cu produsele promovate;
- Achizițiile prealabile de către consumator ale produselor promovate sau ale înlocuitorilor acestora;
- Interesul consumatorului pentru principalele caracteristici ale produselor promovate;
- Receptivitatea generală a consumatorului la reclame;
- Maleabilitatea generală sau specifică a prețului pentru consumator;
- Aprovizionarea actuală a consumatorului cu produsele promovate sau cu înlocuitorii acestora.

8.4 Din acest calcul, Kaufland obține un așa-numit scor de relevanță pentru anunțul publicitar pentru fiecare consumator în parte. Scorul de relevanță modulează astfel

9 Invoicing



The remuneration calculated in accordance with clause 7 is payable together with the applicable statutory VAT within 30 days of receipt of a proper invoice without deduction of discounts or similar rebates.

10 Prohibited Advertising Content

10.1 The advertising content used by the Advertising Customer may not violate applicable law or the rights of third parties.

10.2 Kaufland is entitled to suspend temporarily the provision of a contracted ad placement where it reasonably suspects that the ad contains illegal content. The Advertising Customer can avoid the suspension by making an alternative, legally compliant ad available.

10.3 In the ad, the Advertising Customer may only promote its company or those products which are in the company's product range at the time the campaign is booked and are also sold by companies of Kaufland Group.

10.4 Linking or embedding the ad in external channels is generally prohibited.

10.5 The booked advertising space may not be used to promote the following product categories without separate approval by Kaufland:

- Alcohol
- Cigarettes and tobacco ares
- Sexual health
- Baby food

11 Grant of Rights; Warranty

11.1 The Advertising Customer grants Kaufland all required licenses, neighboring and other intellectual

probabilitatea de succes a anunțului la prima licitație de preț în funcție de poziția anunțului respectiv al consumatorului. Scopul acestei proceduri este de a maximiza relevanța publicității pentru consumator și, astfel, de a obține cea mai mare eficiență publicitară posibilă pentru clientul publicitar.

9 Facturarea

Remunerația calculată în conformitate cu punctul 7 se plătește cu TVA legală la cota aplicabilă în termen de 30 de zile de la facturarea corespunzătoare, fără a se deduce reducerile sau rabaturile similare.

10 Conținutul publicitar inadmisibil

10.1 Conținutul publicitar utilizat de clientul publicitar nu trebuie să încalce legislația aplicabilă sau drepturile terților.

10.2 Kaufland este autorizată să întrerupă temporar executarea unui plasament publicitar datorat în cazul în care există suspiciuni suficiente privind conținutul ilegal al anunțului publicitar. Clientul publicitar poate preveni întreruperea prin furnizarea unui anunț publicitar alternativ, care nu poate fi contestat.

10.3 În cadrul anunțului, clientul publicitar poate face publicitate numai societății acestuia sau produselor care fac parte din gama de produse a societății la momentul campaniei rezervate și care sunt comercializate și de societăți din Grupul Kaufland.

10.4 În general, nu este permisă conectarea și încorporarea anunțului pe canale externe.

10.5 Fără aprobarea separată sub formă de text din partea Kaufland, nu este permisă utilizarea spațiului



property rights to the extent required in terms of duration, content and territory for use of the ad on the respective Advertising Channels, and by registering its campaign on the Platform warrants that it is the holder of such rights, including the right to further transfer these to Kaufland.

11.2 By registering its campaign on the Platform, the Advertising Customer warrants that the placement of the ad created by it and submitted to Kaufland for placement via the Platform as contractually agreed does not violate statutory provisions or any rights of third parties

11.3 The Advertising Customer furthermore warrants that it has lawfully acquired all licenses necessary for placement of the ad, in particular those arising from copyright law, trademark law and rights of personality, in respect of the content it provides for creation of the Advertising Material.

11.4 The Advertising Customer is responsible for the content of the ads and in particular for compliance with requirements under competition law, trademark law, the law protecting personality rights, the law on the protection of minors and copyright law.

11.5 Kaufland is under no obligation to check the accuracy of the factual statements contained in the ads and specified or approved by the Advertising Customer regarding its products and services.

12 Indemnification

If a claim is asserted against Kaufland by third parties due to the placement of any ad booked by the Advertising Customer, the Advertising Customer shall indemnify Kaufland upon first demand against any

publicitar rezervat pentru publicitatea următoarelor categorii de produse:

- alcool
- Țigarete și produse din tutun
- igienă sexuală
- Hrană pentru bebeluși
-

11 Acordarea de drepturi; declarație de garanție

11.1 Clientul publicitar acordă Kaufland toate drepturile de utilizare, protecție a performanțelor și alte drepturi de protecție, în ceea ce privește durata, conținutul și teritoriul, în măsura în care acestea sunt necesare pentru exploatarea anunțului pe canalele publicitare respective și garantează, odată cu publicarea campaniei acestuia pe platformă, că este titularul acestor drepturi, inclusiv dreptul de a le transfera către Kaufland.

11.2 Prin plasarea campaniei acestuia pe platformă, clientul publicitar garantează că plasarea contractuală a anunțului publicitar creat de acesta prin intermediul platformei și transmis către Kaufland în vederea plasării nu încalcă reglementările legale sau drepturile terților.

11.3 Clientul publicitar garantează în continuare că a dobândit în mod legal toate drepturile de utilizare necesare pentru publicarea anunțului, în special drepturile de autor, drepturile de marcă și drepturile de personalitate, asupra conținutului furnizat de acesta, care servește la crearea materialului publicitar.

11.4 Clientul publicitar este responsabil pentru conținutul anunțului, în special în ceea ce privește dreptul concurențial, dreptul mărcilor, dreptul de



and all claims by third parties now or in the future, including the necessary costs of defending against these claims.

13 Bereitstellung und Prüfung der Werbemittel

13.1 The Advertising Customer shall provide Kaufland with the requested ad and any other information required by no later than seven working days prior to launch of the booked campaign via the Platform. If the Advertising Customer does not provide the requested ad and information on time, Kaufland is entitled to postpone the start of the booked campaign under certain circumstances by the period that the Advertising Customer provides the requested ad and information and information late.

13.2 Kaufland shall review the submitted ad from a design standpoint and reserves the right to edit it in consultation with the Advertising Customer to the extent this is necessary and reasonable for ensuring optimal utilization. If the ad does not comply with Kaufland's Specifications, Kaufland shall be within its rights to reject it.

14 Right to Postpone

If Kaufland is unable to place the ad within the booked period due to limited inventory availability, it shall be entitled to postpone placement of the ad until the next available date indicated in the advertising calendar without this constituting a breach of its contractual obligations.

15 Liability

15.1 Kaufland assumes no liability for the content of advertisements uploaded to

personalitate, dreptul protecției minorilor și dreptul de autor.

11.5 Kaufland nu are obligația de a verifica acuratețea informațiilor conținute în anunț, aprobate sau autorizate de clientul publicitar, referitoare la produsele și serviciile clientului publicitar.

12 Declarația de exonerare

În cazul în care Kaufland este acționată în justiție de către terți ca urmare a publicării unui anunț rezervat de către clientul publicitar, clientul publicitar va exonera Kaufland, la prima solicitare, de toate pretențiile terților, inclusiv de costurile necesare pentru apărarea împotriva acestor pretenții.

13 Furnizarea și inspectarea materialului publicitar

13.1 Clientul publicitar pune la dispoziția Kaufland anunțul publicitar dorit, inclusiv toate celelalte informații necesare, prin intermediul platformei, cu cel puțin șapte zile lucrătoare înainte de începerea campaniei rezervate. În cazul în care clientul publicitar nu furnizează la timp anunțul și informațiile, Kaufland are dreptul de a amâna începerea campaniei rezervate cu perioada de timp în care clientul publicitar întârzie să furnizeze anunțul și informațiile.

13.2 Kaufland verifică designul anunțului transmis și își rezervă dreptul de a-l modifica, în colaborare cu clientul publicitar, în măsura în care acest lucru este necesar și rezonabil pentru o utilizare optimă a publicității. În cazul unei încălcări a specificațiilor Kaufland,



the platform or for the absence of legally required information for the information of customers by ordinary negligence.

15.2 Without prejudice to the terms of clause 11.1 above, Kaufland shall be liable for damage caused by the negligent breach of a material contractual obligation; material contractual obligations are obligations that are essential for the due and proper performance of the agreement, and on the performance of which the Advertising Customer would usually and is entitled to rely, and which protect Kaufland's material legal positions under the agreement. In such cases, Kaufland's liability shall be limited to compensation for typical and foreseeable loss or damage.

15.3 In all other respects, Kaufland's liability for ordinary negligence – for whatever legal reason – is excluded.

16 Obligations of the Advertising Customer

16.1 The Advertising Customer will treat the login details required for the Platform as confidential.

16.2 The Advertising Customer will treat all login details and passwords as confidential and implement appropriate measures to protect them. If the Advertising Customer becomes aware of a loss of login details and passwords or discovers that third parties have access to these, it must notify Kaufland without undue delay.

16.3 If an agency is acting on the Advertising Customer's behalf, the agency represents and warrants that the agency is acting in the name of the Advertising Customer and is authorized to bind the Advertising Customer to

Kaufland este autorizată să respingă anunțul publicitar.

14 Dreptul de amânare

În cazul în care Kaufland nu poate plasa anunțul în perioada rezervată din cauza disponibilității bunurilor, aceasta are dreptul de a plasa anunțul la următoarea dată posibilă indicată în calendarul publicitar, fără ca aceasta să constituie o încălcare a obligațiilor contractuale.

15 Răspunderea

15.1 Kaufland nu își asumă nicio răspundere pentru conținutul anunșurilor încărcate pe platformă sau pentru absența informațiilor cerute de lege pentru informarea clienților).

15.2 Fără a aduce atingere dispozițiilor de la punctul 11.1 de mai sus, Kaufland răspunde în caz de neglijență simplă pentru prejudiciile rezultate din încălcarea unei obligații contractuale materiale; obligațiile contractuale materiale sunt acele obligații a căror îndeplinire este esențială pentru buna executare a contractului și pe a căror respectare se bazează în mod regulat și pe care se poate baza clientul publicitar și care protejează pozițiile juridice ale Kaufland care sunt materiale pentru contract. În acest caz, răspunderea Kaufland este limitată la despăgubirea pentru daunele previzibile, care apar în mod uzual.

15.3 În caz contrar, răspunderea Kaufland pentru neglijență simplă –



these Terms of Use and that all acts of the agency in connection with this Agreement are within the scope of this representation.

16.4 The Advertising Customer must put in place suitable measures to protect its login details, its user account and other data. Specifically, the Advertising Customer must:

- protect its user account from unauthorized access by third parties, and not disclose its login details to unauthorized users;
- monitor all attempts to access the Platform – both authorized and unauthorized

17 Suspension of Services

17.1 Kaufland may –without prior notice– wholly or partially suspend use of the Platform at any time if Kaufland deems a suspension necessary due to

indiferent de temeiul juridic – este exclusă.

16 Obligațiile clientului publicitar

16.1 Clientul publicitar va trata confidențial datele de acces necesare pentru platformă.

16.2 Clientul publicitar tratează toate datele de acces și parolele necesare pentru acces drept confidențiale și ia măsurile adecvate pentru a le proteja. În cazul în care clientul publicitar constată pierderea datelor de acces și a parolelor acestuia sau faptul că terțe părți au avut acces la acestea, Kaufland trebuie informată imediat.

16.3 În cazul în care o agenție acționează în numele clientului publicitar, agenția declară și garantează că agenția acționează în numele clientului publicitar și este autorizată să oblige clientul publicitar la prezentele condiții de utilizare și că toate acțiunile agenției în legătură cu prezentul contract sunt efectuate în cadrul acestei reprezentări.

16.4 Clientul publicitar este obligat să ia măsurile corespunzătoare pentru a-și proteja datele de acces, contul de utilizator și alte date. În special, clientul publicitar trebuie

- să își protejeze contul de utilizator împotriva accesului neautorizat al terților și să nu transmită datele de acces ale acestuia unor utilizatori neautorizați
- să monitorizeze toate încercările de accesare a platformei – atât autorizate, cât și neautorizate

17 Suspendarea serviciilor

17.1 Kaufland are dreptul de a suspenda utilizarea platformei în orice moment, în totalitate sau parțial, fără notificare prealabilă, în măsura în care



- a suspected breach of these Terms of Use by the Advertising Customer or any other improper use by the Advertising Customer;
- any threat to the functionality, security, integrity or availability of the Platform or of content and data of Advertising Customers;
- maintenance work on the Platform; or
- any mandatory legal requirement or a regulatory or court order.

Kaufland consideră un astfel că o asemenea măsură este necesară din cauza

- suspiciunii unei încălcări de către clientul publicitar a prezentelor condiții de utilizare sau în cazul oricărei alte utilizări necorespunzătoare de către clientul publicitar,
- unei amenințări la adresa funcționalității, securității, integrității sau disponibilității platformei sau a conținutului și datelor clienților publicitari,
- lucrărilor de întreținere a platformei sau
- unei dispoziții opozabile din punct de vedere juridic sau a unui ordin oficial sau judecătoresc.

17.2 Kaufland are dreptul să suspende temporar campaniile și să blocheze temporar contul de utilizator în cazul în care clientul publicitar este în incapacitate de plată.

17.2 Kaufland is entitled to suspend campaigns and the user account temporarily, if the Advertising Customer is in default of payment.

18 Availability of the Platform

18.1 The Platform is web-based and can be accessed via the most common web browsers, including the current versions of Firefox, Safari, Edge and Chrome. The Platform is operated by a third party provider.

18.2 The uninterrupted availability of the Platform and the data on the Platform is not guaranteed. Access to the Platform may be restricted or completely blocked due to maintenance work or Internet issues. Liability is excluded for the loss of data due to technical system outages

18 Disponibilitatea platformei

18.1 Platforma este bazată pe web și poate fi accesată prin intermediul celor mai comune browsere web, inclusiv versiuni actuale ale Firefox, Safari, Edge și Chrome. Platforma este operată de un furnizor terț.

18.2 Nu se oferă nicio garanție pentru disponibilitatea neîntreruptă a platformei și a datelor. Accesibilitatea platformei poate fi limitată sau complet suspendată din cauza lucrărilor de întreținere sau a defecțiunilor legate de internet. Se exclude orice răspundere pentru pierderile de date cauzate de defecțiuni tehnice, care se puteau evita prin efectuarea periodică a copiilor de siguranță de către clientul publicitar, pentru transferurile de date întrerupte



where the Advertising Customer could have avoided the loss by regularly backing up its data, and is also excluded for interrupted data transfers or other problems in this context.

19 Amendments to these Terms of Use

Kaufland may amend or supplement these Terms of Use with prospective effect if necessary due to legislative changes, court decisions or for technical or economic reasons, provided the amendments are reasonable for the Advertising Customer and the Advertising Customer is not unconscionably disadvantaged. Kaufland will give the Advertising Customer at least four weeks' notice of amendments to these Terms of Use either in writing, in text form or via the Platform. Amendments to these Terms of Use shall be deemed accepted if the Advertising Customer does not, within the four-week notice period from the date of receiving notice of the amendments, object to the amendments in writing, in text form or via the Platform. In its notice, Kaufland will advise the Advertising Customer of its right of objection and the consequences of non-revocation.

If the Advertising Customer objects to the changes to the terms of use in due time, Kaufland is entitled to terminate the contractual relationship extraordinarily with a notice period of two weeks.

20 Termination

20.1 The license commences upon activation of the user account and ends upon termination of the license. Each party is entitled to terminate the license on provision of 14 days' notice in text

sau pentru alte probleme legate de acest aspect.

19 Modificarea acestor condiții de utilizare

Kaufland are dreptul să modifice sau să completeze prezentele condiții de utilizare cu efect pentru viitor, în măsura în care acest lucru este necesar ca urmare a modificării situației juridice, a jurisprudenței sau a circumstanțelor tehnice sau economice, este rezonabil pentru clientul publicitar și clientul publicitar nu este dezavantajat contrar bunei-credințe. Kaufland va informa clientul publicitar cu privire la orice modificări ale prezentelor condiții de utilizare în scris sau sub formă de text sau prin intermediul platformei, cu o perioadă de preaviz de cel puțin patru săptămâni. Modificările la prezentele condiții de utilizare sunt considerate aprobate dacă clientul publicitar nu se opune modificărilor în scris sau sub formă de text sau prin intermediul platformei în termenul de preaviz de la primirea notificării. Kaufland va informa clientul publicitar cu privire la dreptul de opoziție și la consecințele lipsei de anulare în notificare.

În cazul în care clientul publicitar se opune în timp util modificărilor aduse condițiilor de utilizare, Kaufland are dreptul de a rezilia extraordinar relația contractuală cu o perioadă de preaviz de două săptămâni.

20 Încetare

20.1 Relația de utilizare începe odată cu activarea contului de utilizator și se încheie odată cu anularea relației de utilizare. Fiecare parte are dreptul de a rezilia relația de utilizare sub formă de text cu o perioadă de preaviz de 14 zile, dar cel mai devreme cu efect de la sfârșitul campaniilor curente.

20.2 Clientul publicitar are dreptul de a anula gratuit o comandă cu până la 14 zile calendaristice, inclusiv, înainte de începerea perioadei de campanie. În



form, such notice to take effect at the earliest from the end of the active campaign.

20.2 The Advertising Customer is entitled to cancel an order free of charge up to and including 14 calendar days before the start of the campaign period. If notice of termination is given less than 14 calendar days before the start of the campaign, 50% of the remuneration specified in the respective order shall be due.

20.3 Kaufland is entitled to cancel an order free of charge up to and including 14 calendar days before the start of the campaign period.

20.4 In addition, the user relationship may be terminated at any time for good cause. Good cause for extraordinary termination shall be deemed to exist for either party in particular if the other party ceases its business activities or fails to make payments at the latest after a reminder has been issued and the grace period has expired.

21 Duty of confidentiality

21.1 3.1 Both parties are under an obligation to treat as strictly confidential all information disclosed to them by the other party or to which they otherwise become privy in connection with the preparation, execution and/or performance of this Agreement and in connection with the business relationship under this Agreement. The same applies to the terms of this Agreement and the nature of the business relationship under this Agreement.

21.2 The duty of confidentiality does not apply to information which: (i) was already in the possession of the other

cazul în care anularea se face cu o perioadă de preaviz mai mică de 14 zile calendaristice înainte de începerea campaniei, se datorează 50% din remunerația specificată în comanda respectivă.

20.3 Kaufland are dreptul de a anula gratuit o comandă până la 14 zile calendaristice inclusiv înainte de începerea perioadei de campanie.

20.4 În plus, relația cu utilizatorul poate fi reziliată în orice moment pentru motive întemeiate. Un motiv întemeiat de reziliere extraordinară există pentru oricare dintre părți, în special în cazul în care cealaltă parte își încetează activitatea comercială sau nu efectuează plățile cel târziu după ce a fost emisă o somație și perioada de grație a expirat.

21 Confidențialitatea

21.1 Fiecare parte este obligată să trateze drept strict confidențiale toate informațiile care i-au fost dezvăluite de cealaltă parte în legătură cu pregătirea, încheierea și/sau executarea prezentului contract și în legătură cu relația de afaceri rezultată sau care i-au devenit cunoscute în orice alt mod. Aceasta se aplică, de asemenea, conținutului prezentului contract și conținutului relației de afaceri care rezultă din prezentul contract.

21.2 Sunt excluse de la obligația de confidențialitate informațiile care (i) se aflau deja în posesia celeilalte părți în momentul dezvăluirii de către una dintre părți, (ii) sunt de domeniul public, (iii) au fost obținute în mod legal de la terți, (iv) au fost dezvăluite în mod legal terților, cum ar fi consultanți fiscali, auditori sau avocați, (v) trebuie dezvăluite autorităților sau altor agenții guvernamentale datorită obligațiilor legale corespunzătoare sau (vi) au fost dezvăluite societăților din

party at the time of its disclosure; (ii) is in the public domain; (iii) was lawfully obtained by third parties; (iv) was lawfully disclosed to third parties such as tax advisors, auditors or lawyers; (v) is required to be disclosed to regulatory authorities or other government agencies in accordance with relevant statutory obligations; or (vi) was disclosed to companies of Schwarz Group (for the purpose of the Master Agreement, companies of Schwarz Group are D. Schwarz Beteiligungs-KG and all domestic and foreign companies in which the above company holds a direct or indirect majority capital interest). The duty of confidentiality continues to apply for a further period of five years after the termination of this Agreement.

21.3 The Advertising Customer is prohibited from using the names, brands or other protected designations of Kaufland or making the collaboration with Kaufland public for advertising purposes without the prior consent of Kaufland given at least in text form.

22 Compliance, supply chain due diligence obligations

22.1 3.1 The Advertising Customer guarantees that the Advertising Customer takes effective and appropriate organizational measures in its own business area, in particular with third parties involved in connection with the provision of services (subcontractors), in order to comply with all legal provisions relevant to the Advertising Customer. This applies in particular to compliance with anti-corruption, antitrust, export control and data protection laws as well as statutory human rights and environmental regulations and measures.

22.2 The Advertising Customer guarantees compliance with all

Grupul Schwarz (societățile din Grupul Schwarz în sensul contractului-cadru sunt D. Schwarz Beteiligungs-KG și toate societățile din Germania și din străinătate în care societatea menționată anterior deține direct sau indirect majoritatea capitalului). Obligația de confidențialitate continuă să se aplice pentru o perioadă de cinci ani după încetarea contractului.

21.3 Clientului publicitar îi este interzis să utilizeze numele, mărcile sau alte denumiri protejate ale Kaufland și să publice în scopuri publicitare faptul cooperării cu Kaufland fără acordul prealabil al Kaufland, cel puțin sub formă de text.

22 Conformitatea, obligațiile de diligență în lanțurile de aprovizionare

22.1 Clientul publicitar garantează că va lua măsuri organizatorice eficiente și adecvate în propriul domeniu de activitate al acestuia, în special și cu terții implicați în legătură cu furnizarea de servicii (subcontractanți), pentru a respecta toate dispozițiile legale relevante pentru clientul publicitar. Aceasta se aplică în special respectării legislației anticorupție, antitrust, comerțului exterior și protecției datelor, precum și dispozițiilor și măsurilor legale privind drepturile omului și mediul.

22.2 Clientul publicitar garantează respectarea tuturor obligațiilor și interdicțiilor de furnizare care decurg pentru clientul publicitar din sancțiunile economice, comerciale și financiare europene și – sub rezerva unor reglementări naționale contradictorii – americane, în special dispozițiile corespunzătoare din Regulamentul (CE) 2580/2001, Regulamentul (CE) 881/2002, Regulamentul (UE)



obligations and provision bans arising from European and - subject to conflicting national regulations - US economic, trade and financial sanctions, in particular the corresponding provisions from Regulation (EG) 2580/2001, Regulation (EG) 881/2002, Regulation (EU) 269/2014 and Regulation (EU) 833/2014 as amended.

22.3 The Advertising Customer undertakes to familiarize employees entrusted with the contractually agreed tasks and activities with the relevant regulations, in particular laws on corporate due diligence in supply chains and undergo training on due diligence in supply chains appropriate to the risk, using the training course provided at <https://business-partner.kaufland.com/supply-chain-law.html>.

22.4 In the event of actual indications of a violation of the provisions of no. 1 in order to comply with statutory human rights and environmental provisions and measures in the supply chain as well as in the event of actual indications of a not only minor violation of the further provisions of no. 1 to 3, the Advertising Customer will provide Kaufland on request with all necessary information and, upon appropriate notice, enable Kaufland to inspect its premises on-site so that Kaufland can examine the Advertising Customer's compliance with the affected provisions. Kaufland can also commission a third party who is bound to secrecy (e.g. auditor) to carry out this examination. Data protection regulations as well as business and operating secrets of the Advertising

269/2014 și Regulamentul (UE) 833/2014, cu modificările ulterioare.

22.3 Clientul publicitar se obligă să familiarizeze angajații însărcinați cu sarcinile convenite prin contract și angajații cărora li s-au încredințat sarcinile și activitățile convenite prin contract cu reglementările relevante, în special legile privind obligațiile de due diligence ale întreprinderilor în lanțurile de aprovizionare, și să îi familiarizeze cu formarea oferită prin intermediul formarea privind obligațiile de due diligence în lanțul de aprovizionare furnizată prin intermediul <https://business-partner.kaufland.com/supply-chain-law.html>.

22.4 În cazul unor indicii reale de încălcare a reglementărilor de la alineatul (1) privind respectarea reglementărilor și măsurilor legale privind drepturile omului și mediul în lanțul de aprovizionare, precum și în cazul unor indicii reale de încălcare, nu doar minoră, a celorlalte reglementări de la alineatele (1)-(3), clientul publicitar furnizează, la cererea Kaufland, toate informațiile și datele necesare și permite Kaufland să efectueze inspecții la fața locului ale operațiunilor acestuia, după un preaviz rezonabil, astfel încât Kaufland să poată verifica respectarea de către clientul publicitar a reglementărilor respective. Kaufland poate, de asemenea, să însărcineze un terț obligat la păstrarea secretului (de exemplu, un auditor) cu acest audit. Sunt protejate reglementările privind protecția datelor, precum și secretele de afaceri și comerciale ale partenerului contractual. Drepturile de audit care decurg din alte dispoziții rămân neafectate.

22.5 În cazul încălcării obligațiilor legale privind drepturile omului sau mediul, clientul publicitar se obligă să planifice



Customer will be protected. Examination rights from other provisions remain unaffected.

22.5 In the event of statutory human rights or environmental violations, the Advertising Customer undertakes together with Kaufland, to plan and take appropriate remedial action suited to, terminate or minimize the extent of any violation. In such cases, the Advertising Customer shall notify Kaufland of its findings without undue delay.

22.6 The Advertising Customer undertakes to address the provisions in no. 1 to 5 appropriately along the supply chain, as far as legally possible.

22.7 Reports of indications of a violation of the provisions of no. 1 to 6 may be reported via a dedicated portal of the Kaufland at <https://bkms-system.net/kaufland>. The Advertising Customer's employees and suppliers who use it will not be disciplined or disadvantaged as a result.

22.8 A breach of provision in no. 1 and 2 entitles the Kaufland to set the Advertising Customer a reasonable deadline for remedying the breach and, if the deadline has expired, to withdraw from the contract or to terminate it. No deadline is required in case of a serious violation. In the event of a withdrawal or a termination according to this no., Kaufland is not obliged to compensate the Advertising Customer for damages

și să ia, împreună cu Kaufland, măsuri corective adecvate, care să fie adecvate pentru prevenirea, încetarea sau minimizarea gravității unei încălcări. În aceste cazuri, clientul publicitar trebuie să informeze imediat Kaufland cu privire la cunoștințele acestuia.

22.6 Clientul publicitar se obligă să abordeze în mod corespunzător obligațiile de la alineatele (1)–(5) de-a lungul lanțului de aprovizionare, în măsura în care este posibil din punct de vedere legal.

22.7 Rapoartele privind indiciile de încălcare a reglementărilor de la alineatele (1)–(6) se pot transmite prin intermediul unui portal de raportare Kaufland la adresa <https://bkms-system.net/kaufland>. Angajații și furnizorii clientului publicitar care utilizează acest portal nu vor fi sancționați disciplinar sau penal în consecință.

22.8 O încălcare a dispozițiilor de la alineatele (1) și (2) conferă Kaufland dreptul, în special, să stabilească partenerului contractual un termen rezonabil pentru remedierea încălcării și să se retragă din contract sau să îl rezilieze dacă termenul expiră fără succes. Nu este necesară stabilirea unui termen în cazul în care încălcarea este gravă. În cazul anulării sau al rezilierii în conformitate cu prezentul alineat, Kaufland nu este obligată să despăgubească partenerul contractual pentru daunele rezultate din anulare sau reziliere.

22.9 Dispoziții imperative contrare prezentei clauze în temeiul legislației naționale, în special în temeiul Directivei (UE) 2019/633 privind practicile comerciale neloiale și legislația națională de punere în



resulting from the withdrawal or termination.

aplicare a acesteia, rămân neafectate de acest document.

22.9 Any mandatory provisions under national law conflicting with this clause, in particular under Directive (EU) 2019/633 on unfair trading practices and the legislation implementing it into national law, shall remain unaffected hereby.

23 Compliance with social and ecological standards

The Advertising Customer compliance with internationally recognized minimum social and ecological standards shall constitute a fundamental basis for the cooperation between the parties. As such, the Advertising Customer agrees to comply in particular with the minimum standard set out in the Kaufland's Code of Conduct (<https://www.kaufland.com/compliance-kaufland.html>). The Advertising Customer accepts the provisions set out therein as the basis of contract.

24 Miscellaneous

24.1 Should individual provisions of this Agreement be or become invalid, void or unenforceable, this shall not affect the validity of the other provisions hereof. The parties agree to replace any invalid, void or unenforceable provision with a valid and enforceable provision that most closely reflects the economic intent of the original provision. The foregoing shall also apply *mutatis mutandis* to any omissions.

24.2 All disputes arising out of or in connection with this contract or its validity that cannot be settled amicably shall be settled by the competent courts at Kaufland's headquarters.

23 Respectarea standardelor sociale și de mediu

Respectarea de către clientul publicitar a standardelor sociale și de mediu minime recunoscute la nivel internațional reprezintă o bază esențială pentru cooperarea dintre părți. Din acest motiv, clientul publicitar se obligă să respecte, în cadrul activităților comerciale ale acestuia, în special standardele stabilite în Codul de conduită al Kaufland (<https://www.kaufland.com/compliance-kaufland.html>). Clientul publicitar recunoaște reglementările prevăzute de acesta ca bază a contractului.

24 Dispoziții finale

24.1 Neconformitatea, nulitatea sau imposibilitatea aplicării unor prevederi individuale ale prezentului contract nu afectează valabilitatea celorlalte prevederi ale prezentului contract. Părțile se obligă să înlocuiască o prevedere neconformă, nulă sau neaplicabilă cu o prevedere conformă și aplicabilă, care se apropie cel mai mult de intenția economică inițială. Acest lucru se aplică în mod corespunzător și în cazul lacunelor.

24.2 Toate litigiile care decurg din sau în legătură cu prezentul contract sau cu valabilitatea acestuia și care nu pot fi soluționate pe cale amiabilă vor fi soluționate de instanțele competente de la sediul Kaufland.

24.3 Limba de procedură este limba română. Legea aplicabilă în materie este legea română.

24.4 Cesiunea și/sau gajarea creanțelor sau a altor drepturi de către una dintre părți nu necesită acordul celeilalte părți. Cu toate acestea, părțile sunt obligate să notifice astfel de cesiuni și/sau gajări cu un preaviz de



- 24.3 The language of the proceedings shall be Romanian. The applicable law in the matter is Romanian law.
- 24.4 The assignment and/or pledging of claims or other rights by a party shall not require the consent of the other party. However, the parties shall be required to give 14 calendar days' advance notice of any such assignment and/or pledge at least in text form.
- 24.5 Kaufland may transfer this Agreement as well as any Individual Agreements entered into hereunder to its Group companies without the Advertising Consumer's consent. Group companies within the meaning of this clause shall include all foreign and domestic entities in which Kaufland and/or SB Kaufland KG holds a direct or indirect equity interest.
- 24.6 The Advertising Consumer may exercise a right of set-off only on the basis of counterclaims that are uncontested or have been declared final and binding by a court of law. Kaufland may also exercise a right of set-off or a right to withhold performance on the basis of counterclaims that are contested by the Advertising Consumer. Kaufland may also exercise a right of set-off on the basis of claims which a company affiliated with Kaufland has against the Advertising Consumer and which this affiliate has assigned to Kaufland.
- 24.7 These Terms of Use have been drafted in Romanian and English. In the event of doubt, the Romanian version shall be legally binding.
- paisprezece zile calendaristice, cel puțin în formă scrisă.
- 24.5 Kaufland are dreptul să transfere atât prezentul contract, cât și toate contractele individuale încheiate pe baza acestuia către societățile din Grupul Kaufland, fără a fi necesar acordul clientului publicitar. Societățile din Grup, în sensul prezentului punct, sunt toate societățile din țară și din străinătate în care Kaufland și/sau SB Kaufland KG dețin participații directe sau indirecte.
- 24.6 Clientul publicitar are dreptul la compensare numai dacă cererea reconvențională a fost stabilită în mod legal sau este necontestată. Kaufland are, de asemenea, dreptul de a compensa sau de a reține plata ca urmare a cererilor reconvenționale contestate de clientul publicitar. De asemenea, compensarea de către Kaufland este permisă cu creanțele împotriva clientului publicitar la care o societate afiliată Kaufland are dreptul împotriva clientului publicitar și pe care această societate afiliată le-a cesionat către Kaufland.
- 24.7 Acești Termeni de utilizare au fost redactați în limbile română și engleză. În caz de îndoială, versiunea în limba română va fi obligatorie din punct de vedere juridic.