

ACORD DE COLABORARE
VIRTUAL BRANDS
NR. ____/ _____

Prezentul acord de colaborare Virtual Brands („**Acordul**”) a fost încheiat în data de _____ (data semnării fiind data la care ultima Parte semnează Acordul) („**Data Semnării**”) de către și între:

- (1) _____ cu sediul în com. Ghiroda, sat Ghiroda, Calea Lugojului nr. 107, punct de lucru pe str. Proclamația de la Timișoara, nr. 5, loc. Timișoara, jud Timiș, România, având CUI RO32487169, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J35/2856/2013, cont IBAN nr. RO06 INGB 0000 9999 0401 6506, deschis la ING Bank, sucursala București, e-mail comunicare oficială: _____, tel. 0374 490 263/0372 463 879, reprezentată de administrator _____, denumit în continuare _____
- și
- (2) _____, cu sediul în _____, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. _____, CUI _____, cont IBAN nr _____ deschis la _____ sucursala _____, reprezentată de _____, în calitate de administrator, denumită în continuare **Brand-ul**,

_____ și Brand-ul fiind denumiți în continuare împreună „**Părțile**” și individual „**Partea**”.

ÎNTRUCĂȚ:

- (A) _____ a dezvoltat un concept de afaceri cu un sistem distinctiv denumit „*Virtual Brands*” („**Proiectul**” - denumit generic și _____) prin intermediul căruia _____ identifică
- (a) brand-uri care dețin capacitățile necesare pentru a acorda dreptul de a exploata mărcile și produsele alimentare proprii,
 - (b) producători care doresc să fabrice Produsele în format semi-preparat sau gata de consum pentru a vinde aceste Produse către restaurante partenere și
 - (c) restaurante partener care dețin capacitățile necesare pentru a opera un volum mai mare de produse alimentare,

pentru a **iniția și dezvolta o colaborare între acestea, cu următoarele particularități derula:**

Proiectul care implică achiziționarea de către Restaurantele Partenere a Produselor alimentare realizate de Producător sub Marca Brand-ului, în format format semi-preparat sau gata pentru consum și comercializarea acestora prin _____, eventual după preparare;

- (B) Brand-ul este titularul Mărcii, deținând astfel un concept de produse alimentare (gătite) potrivite pentru comercializarea către Utilizatori și dorește să dobândească de la _____ dreptul de a beneficia de și de a participa în Proiect, fiind totodată dispus să acorde dreptul de utilizare a Mărcii sale lui _____, în scopul identificării și contractării Partenerilor Potențiali pentru producerea, livrarea și comercializarea Produselor prin _____/offline, în conformitate cu termenii și condițiile prezentului Acord,
- (C) _____ dorește să susțină extinderea afacerii Brand-ului la nivel local și național, în cadrul Proiectului, prin identificarea unor Parteneri Potențiali care ar urma să desfășoare o activitate de preparare și/sau comercializare a Produselor alimentare sub Marca Brand-ului, utilizând metodele de lucru, procedurile, tehnicile, rețetele, ingredientele, know-how-ul și instrucțiunile

transmise de [REDACTED] conform dreptului conferit de Brand de transmitere a licenței asupra a Mărcii și, dacă este cazul, a Know-How-lui Produselor.

- (D) Părțile înțeleg importanța utilizării [REDACTED] în desfășurarea comerțului online cu Produse, precum și rolul pe care [REDACTED] îl are în creșterea și promovarea Mărcii sub care vor fi comercializate Produsele, online sau offline, după cum înțeleg și importanța și beneficiul comun adus de comercializarea Produselor cu respectarea întocmai a metodelor de lucru, procedurilor, tehnicilor, rețetelor, ingredientelor, Know-How-ului și instrucțiunilor și în ~~condițiile~~ comunicate de către [REDACTED] Partenerilor Potențiali, în asociere cu mărcile comerciale ale Brand-ului. ~~Asfel, Părțile își iau angajamentul de a colabora cu bună credință în contextul derulării Proiectului, cu scopul creșterii și promovării atât a Proiectului, precum și a imaginii și a mărcilor lui TAZZ și a Brand-ului, având ca scop final creșterea comerțului cu Produsele realizate de Restaurantele Partenere prin Platforma TAZZ / în mediul offline.~~

Commented [GNP1]: Propunem eliminarea, având în vedere că poate conduce la idea de self prefencing

- (E) Cunoscând reputația și performanțele [REDACTED] activează în materie de domeniu intermediere și promovării ~~are~~ online a produselor alimentare, Brand-ul ~~dorește urmărind~~ să beneficieze de experiența, susținerea și promovarea [REDACTED] în vederea extinderii activității sale, precum și să beneficieze de prezența și promovarea online a Produselor ~~vândute pe [REDACTED] în vederea comercializării acestora~~ de către Restaurantele Partenere ~~sub propria marcă~~;

- (F) În acest scop, Brand-ul va transfera către [REDACTED] un drept de utilizare a Mărcii (licență), acordând concomitent lui [REDACTED] dreptul de ~~transfer al acesteia~~ sub-licențiere (transfer a dreptului de folosință) către Partenerii Potențiali strict în scopul desfășurării Proiectului și a executării prezentului Acord. [REDACTED], în nume propriu și în baza experienței dobândite în cadrul Proiectului, va identifica Parteneri Potențiali, va încheia contracte cu aceștia, eventual va transmite, la nevoie, Partenerilor Potențiali dreptul de exploatare a Mărcii, ~~conform prevederilor și în limitele prezentului Acord~~, în vederea preparării, ambalării precum și a comercializării Produselor de către aceștia din urmă, în condițiile stabilite de [REDACTED] și utilizând metodele de lucru, procedurile, tehnicile, rețetele, ingredientele, know-how-ul și instrucțiunile transmise de [REDACTED] conform dreptului său de exploatare a Mărcii și Know-How-lui Produselor, urmând ca Produsele să fie prezente și promovate online pe [REDACTED], precum și, după caz, în mediul offline, cu susținerea și promovarea [REDACTED]

- (G) În baza reglementărilor legale aplicabile [REDACTED] are în vedere și implementează proceduri interne care să asigure confidențialitatea informațiilor accesate în cadrul proiectului [REDACTED]. Astfel, informațiile la care [REDACTED] va avea acces în baza Proiectului [REDACTED] vor fi accesate exclusiv de către personalul care se ocupă cu executarea Acordului și/sau cu gestionarea Proiectului, cu mențiunea că activitatea de intermediere a [REDACTED] se derulează în mod echidistant și nediscriminatoriu față de toți partenerii comerciali prezenți pe [REDACTED], fără ingerințe din partea unor personalului care gestionează proiectele de tip [REDACTED].

(G)

Părțile convin să elaboreze în condițiile de mai jos,

PRIN URMARE, PĂRȚILE DECID DUPĂ CUM URMEAZĂ:

1. Definiții și interpretare

- 1.1. În cadrul prezentului Acord, dacă nu reiese altfel din context, expresiile de mai jos se definesc după cum urmează:

Drepturi de Proprietate Intelectuală

înseamnă orice drepturi de proprietate intelectuală și industrială și alte drepturi similare care pot exista oriunde în lume, inclusiv dar fără a se limita cu privire la invenții,

modele de utilitate, desene și modele industriale și orice drepturi aferente acestora, drepturi de autor și drepturi conexe, drepturi asupra mărcilor, numelor de domenii, drepturi cu privire la baze de date și drepturi asupra programelor de calculator (software) și orice expresie a acestora, programe de aplicație și sisteme de operare, drepturi asupra conceptelor, metodelor, tehnicilor, algoritmilor, tuturor materialelor care au legătura cu capacitățile funcționale, operaționale și/sau de performanță ale programelor de calculator, orice drepturi asupra prezentărilor, testelor, schițelor, desenelor, modelelor, planșelor, machetelor, lucrărilor grafice și asupra oricărei alte documentații, inclusiv orice versiuni preliminare sau intermediare ale acestora, drepturi asupra informațiilor confidențiale (inclusiv dar fără a se limita la secrete comerciale și de serviciu, rețete, know-how și informații confidențiale referitoare la clienți), drepturi care decurg dintr-o realizare tehnică nouă și utilă, inclusiv drepturi care rezultă din cereri pentru înregistrare depuse sau care urmează a fi depuse, orice priorități cu privire la aceste drepturi și orice alte drepturi similare, împreună cu toate restituirile, redobândirile, prelungirile și reînnoirile unor astfel de drepturi sau cereri (chiar dacă sunt înregistrate sau nu), dreptul de a solicita înregistrarea unor asemenea drepturi, precum și toate drepturile la acțiune, puteri sau beneficii aparținând sau rezultate în legătură cu astfel de drepturi (inclusiv dreptul de a da în judecată pentru a recupera daune datorate unor încălcări din trecut), precum și alte drepturi care ar putea fi recunoscute asupra oricăror opere de creație;

Informații Confidențiale

Know-How

au sensul atribuit în **art. 15** din Acord;

înseamnă know-how-ul, metodele de lucru, procedurile, tehnicile, instrucțiunile, inclusiv modul de utilizare și combinare a ingredientelor și conținutul rețetelor ce aparțin și vor fi furnizate de [REDACTED], precum și rețeta și know-how-ul furnizat de Brand pentru preparatul denumit „Guerilla Burrito”, având caracteristicile prevăzute în Anexa 1 la prezentul și culoarea caracteristică roz, asupra căruia [REDACTED] a transferat Know-How-ul către Brand – care vor fi transmise de [REDACTED] Restaurantelor Partenere și/sau Producătorilor, în cadrul Proiectului, sub orice formă, inclusiv în formă fizică/materială, electronică (e.g. ca documente, manuale, scheme, mesaje electronice sau e-mailuri, demonstrație, prezentare, mostre de orice fel, program/instrument informatic, suport magnetic, specificație, diagramă sau desen), sub formă verbală, sub formă de observație vizuală sau simplă acordare a accesului la oricare dintre cele menționate anterior;

Legea Aplicabilă

înseamnă legislația românească;

Marca



înseamnă marca BURRITOS GUERRILLA, care, la momentul semnării prezentului Contract este în curs de înregistrare pe numele Brand-ului, la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci (Clientul este titularul e solicitantul cererii de marca M2022/001552 din 01/03/2022 BURRITOS GUERRILLA), pentru următoarele clasele de produse și servicii:

- ✓ Clasa 29 - Carne, pește, păsări de curte și vânat; produse din carne; mezeluri; extracte din carne; fructe și legume conservate, congelate, uscate și gătiți; jeleuri, gemuri, compoturi; ouă; lapte, brânză, unt, iaurt și alte produse lactate; uleiuri și grăsimi alimentare; alimente pe bază de carne, pește, fructe sau legume; paste tartinabile pe bază de carne; paste tartinabile pe bază de legume; cârnați în aluat; supe; salate vegetale; umpluturi pentru burrito pe bază de carne; umpluturi pentru burrito pe bază de legume; umpluturi pentru burrito pe bază de carne și legume; umpluturi pentru burrito pe bază de brânză; hamburgeri (produse din carne); umpluturi pentru taco pe bază de carne și legume.
- ✓ Clasa 30 - Cafea, ceai, cacao și înlocuitori ai acestora; orez, paste și tăiței; tapioca și sago; făină și preparate din cereale; pâine, produse de patiserie și produse de cofetărie; ciocolată; înghețată, sorbeturi și alte produse similare sub formă de înghețată, comestibile; zahăr, miere, melasă; drojdie, praf de copt; sare, condimente, mirodenii, ierburi conservate; oțet, sosuri și alte condimente; gheață (apă înghețată); pizza; plăcinte; sandvișuri; hamburgeri introduși în chifle; burritos; tortilla; gustări din tortilla; foi pentru tortilla; taco; mix pentru clătite sărate; aluat; clătite; colțunași pe bază de făină; feluri de mâncare având ca principal

ingredient orezul; feluri de mâncare având ca principal ingredient paste; hot dog în chifle; lipii; sosuri pentru carne; sosuri pentru salate; sosuri pentru paste; quiche (tartă).

- ✓ Clasa 35 - Servicii de comerț cu amănuntul în legătură cu produse alimentare; servicii de comerț cu ridicata în legătură cu produse alimentare; servicii de comerț cu amănuntul în legătură cu băuturi alcoolice și nealcoolice; servicii de comerț cu ridicata în legătură cu băuturi alcoolice și nealcoolice; administrarea programelor de fidelizare a consumatorilor; publicitate; organizarea de expoziții în scopuri comerciale sau publicitare; organizarea de târguri; închirierea de standuri de vânzare; desfășurarea de evenimente comerciale; servicii de comandă on-line în domeniul restaurantelor cu vânzare pentru acasă și livrare.
- ✓ Clasa 39 – Livrare de produse alimentare și băuturi; ambalare de alimente; depozitare de produse alimentare; transport de produse alimentare; livrare de alimente de către restaurante.
- ✓ Clasa 43 - Servicii de furnizare de alimente și băuturi; servicii de bar; servicii de cafea; servicii de restaurant; servicii de restaurant cu autoservire; servicii de restaurant cu vânzare pentru acasă; informații și consiliere cu privire la prepararea de mâncăruri; servicii de catering; furnizare de alimente și băuturi dintr-o rulotă mobilă; închiriere de săli pentru evenimente.

Partener Potențial

înseamnă societățile sau întreprinderile familiale (sau alte forme de organizare) identificate de [REDACTED] pentru a deveni Participant (în calitate de Restaurant Partener sau Producător) la Proiectul Virtual Brands și căruia [REDACTED] îi poate transfera, la nevoie, un drept de exploatare asupra Mărcii și a Know-How-ului, în scopul executării prezentului Acord și al desfășurării Proiectului;

Restaurante Partener

înseamnă acele Restaurante care au contractat cu [REDACTED], agreând să comercializeze Utilizatorilor, prin [REDACTED], precum și, după caz, în mediul offline, Produsele dezvoltate de către Brand;

Producători

	<p>fabricanții care au dreptul de a produce Produsele integral, în format semi-preparat, sau doar a materiei prime care se folosește de către Restaurantele Partenere la prepararea Produselor, utilizând Know-How-ul transmis de [REDACTED], și sub Marca Brand-ului, precum și fabricanții de ambalaje pentru Produse, sub marca Brand-ului;</p>
	<p>înseamnă site-ul web [REDACTED], precum și aplicația [REDACTED] pentru mobil, ce găzduiește, publică și promovează produsele și/sau serviciile Brand-ului, în vederea comercializării acestora către utilizatorii finali ai [REDACTED];</p>
Produse	<p>înseamnă acele produse alimentare pregătite pe baza Know-How-ului lui [REDACTED] sau, după caz, al Brand-ului, sub Marca comercială a Brand-ului, în scopul comercializării prin [REDACTED];</p>
Utilizator	<p>înseamnă persoana fizică înregistrată pe [REDACTED] ce acționează în calitate de consumator și urmărește achiziționarea produselor găzduite pe [REDACTED] de la Partener. În înțelesul prezentului Acord, consumatorul Produselor vândute în mediul offline este asimilat Utilizatorului;</p>
Participanții la Proiectul Virtual Brands	<p>Brand-ul, Producătorii și Restaurantele Partenere cu care [REDACTED] a încheiat înțelegeri de colaborare în Proiect, conferindu-le acestora drepturi specifice (inclusiv dar fără a se limita la drepturi de exploatare a Mărcii în cadrul Proiectului și în conformitate cu conceptul Brand-ului).</p>

1.2. În prezentul Acord, cu excepția cazului în care contextul impune altfel:

- a) toate considerentele și Anexele fac parte integrantă din Acord, iar trimerile la acesta le includ;
- b) trimerile la prezentul Acord sau la orice alt document fac referire la Acord sau la documentul în vigoare la momentul respectiv, cu modificările ulterioare, în conformitate cu prezentul Acord sau cu respectivul document (după caz);
- c) termenii care denotă un gen includ orice gen, referințele la singular includ pluralul și invers, iar termenii care denotă persoane includ persoane fizice și persoane juridice, parteneriate, asociații fără personalitate juridică și alte organisme (în orice caz, indiferent de reședința înregistrată și în orice scop) și invers;
- d) titlurile prevăzute în prezentul Acord sunt utilizate exclusiv din rațiuni de simplificare și nu aduc atingere interpretării acestuia;
- e) o referire la una dintre Părți, în orice document, include succesorii în drepturi și cesionarii Părții respective; și
- f) o referire la „zile” se referă la zile calendaristice, cu excepția cazului în care se prevede altfel în mod expres.

2. Obiectul Acordului

2.1. Prin prezentul Acord, Brand-ul dă drept de utilizare **exclusiv**, temporar și gratuit lui Tazz, de-a lungul duratei prezentului Acord, pentru Marca Burritos Guerrilla („Licența”).

2.2. ~~TAZZ are obligația de a identifica, în scopul identificării unor~~ Parteneri Potențiali și de a transmitei ~~transmiterii~~ către aceștia a dreptului de exploatare a Mărcii (~~Licenței~~ sub-licențiere), în vederea preparării, asigurării serviciilor logistice și comercializării Produselor, în conformitate cu prezentul Acord. Părțile declară că ~~Brand-ul~~ are în cadrul Proiectului puteri depline, să identifice, prin eforturi și resurse proprii, Parteneri Potențiali pentru a deveni Participanți la Proiectul Virtual Brands, în scopul dezvoltării Proiectului.

~~2.2.3. În acest sens~~ După identificarea Partenerilor Potențiali, Tazz va negocia și încheia cu Partenerii Potențiali ~~aceștia~~ contracte de colaborare în Proiect în nume propriu, în temeiul drepturilor sale conferite de prezentul Acord, inclusiv dar fără a se limita la dreptul de exploatare a Mărcii ~~în baza Licenței~~, și în conformitate cu prevederile prezentului Acord.

~~2.2.4.~~ Deciziile asupra Produselor selectate care vor fi incluse în final în Proiect, precum și asupra modificării selecției de Produse pe parcursul derulării Proiectului se vor lua de comun acord, în scris, prin e-mail, de către Brand și ~~Brand-ul~~.

2.5. Pentru claritate, ~~Brand-ul~~ și/sau Brand-ul nu intervin în politica comercială a Restaurantelor Partenere, acestea având dreptul de a stabili în mod independent și individual pretul Produselor de listare pe ~~Brand-ul~~. De asemenea, Restaurantele Partenere sunt libere să comercializeze orice alte produse, suplimentar față de Produsele care fac obiectul prezentului Acord și/sau față de Produsele din cadrul Proiectului Virtual Brands.

~~2.5.6.~~ Pentru claritate, ~~Brand-ul~~ ~~nu~~ este împuternicit prin Acord să reprezinte Brand-ul ~~sub-licențieze~~ Marca Restaurantelor Partenere la încheierea contractelor de colaborare, ~~în~~ ~~sa~~ nu reprezintă Brand-ul în cadrul contractelor de colaborare, acestea urmând a fi încheiate de către ~~Brand-ul~~ în nume propriu.

~~2.5.7.~~ ~~Brand-ul~~ va depune diligențe rezonabile pentru a identifica Parteneri Potențiali care să îndeplinească, de principiu, următoarele cerințe:

- activitate autorizată în domeniul preparării și/sau comercializării de produse alimentare;
- bună reputație pe piață, conform informațiilor disponibile din surse publice;
- compatibilitate, la nivel general, cu conceptul de business al Brand-ului și disponibilitatea de a ~~colabora cu TAZZ în contextul~~ face parte din cadrul Proiectului.

~~2.5.8.~~ Raporturile dintre ~~Brand-ul~~ și Partenerii Potențiali în cadrul Proiectului vor fi guvernate de înțelegerile încheiate cu fiecare dintre aceștia.

~~2.6.2.9.~~ Brand-ul acceptă și este de acord că Partenerii Potențiali vor fi exclusiv răspunzători pentru îndeplinirea propriilor obligații asumate în cadrul Proiectului, inclusiv cele de preparare și comercializare a produselor. ~~Brand-ul~~ nu ~~nu~~ garantează rezultatele financiare sau comerciale ale Brand-ului și/sau ale celorlalți Participanți la Proiectul Virtual Brands și nu oferă nicio asigurare cu privire la rentabilitatea sau la șansele de extindere a Proiectului prin cooptarea de noi Participanți la Proiectul Virtual Brands, ca urmare a demersurilor sale în baza Acordului.

3. Proprietate intelectuală

Licența Mărcii către ~~Brand-ul~~

3.1. Brand-ul acordă ~~Brand-ul~~ o Licență temporară și exclusivă pentru utilizarea Mărcii și a Know-How-ului, acolo unde îl deține, pe teritoriul României, pe clasele de produse și servicii ~~prevăzute~~ la art. 1.1 unde este definită „Marca”, pe întreaga durată a prezentului Acord, în scopul participării la și implementării Proiectului și realizării obiectului prezentului Acord, în condițiile prevăzute de prezentul art. 3. („Licența”), respectiv:

Commented [GNP2]: contractul de licența fiind cu titlu gratuit i se va aplica regimul juridic de la împrumutul de folosință-comodatul, prin urmare este aplicabilă prevederea din Codul Civil de la art. 2148 alin. (2) teza finală : „(2) Comodatarul nu poate folosi bunul împrumutat decât în conformitate cu destinația acestuia determinată prin contract ori, în lipsă, după natura bunului. **El nu poate permite unui tert să îl folosească decât cu aprobarea prealabilă a comodantului.**”

- a) dreptul de a utiliza Marca (în forma pusă la dispoziție/transmisă direct și explicit de către Brand) pentru a promova Proiectul și Produsele în conformitate cu politicile de promovare aplicabile în mod nediscriminatoriu pentru produsele listate pe Platforma Tazz, inclusiv sub umbrela [REDACTED], ~~în scopul facilitării intermedierei comercializării Produselor către utilizatorii Platformei TAZZ potențial interesați de cumpărarea Produselor precum și în vederea executării obligațiilor și exercitării drepturilor~~ [REDACTED] din prezentul Acord, în condițiile prevăzute la art. 13-4;
- b) dreptul de a identifica și de a încheia în nume propriu cu Partenerii Potențiali contracte de colaborare în vederea derulării Proiectului, împreună cu prerogativa de a sub-licenția Marca, respectiv de a transfera, la nevoie, Partenerilor Potențiali dreptul de utilizare a Mărcii, în vederea preparării, ambalării, comercializării și promovării Produselor sub Marca Brand-ului;
- c) dreptul de a transfera, la nevoie, Partenerilor Potențiali, know-how-ul, metodele de lucru, procedurile, tehnicile, instrucțiunile, inclusiv modul de utilizare și combinare a ingredientelor și conținutul rețetei furnizate de Brand pentru preparatul denumit „Guerilla Burrito” (asupra căruia [REDACTED] a transferat Know-How-ul către Brand, conform art. 3.2. din prezentul Acord).
- 3.2. Brand-ul se obligă să înscrie Licența în Registrul mărcilor, conform prevederilor legale și cu plata taxei prevăzute de lege.
- Cesiunea Know-How-ului aferent Produsului „Guerilla Burrito” către Brand
- 3.3. La rândul său, [REDACTED] ~~cedează~~ cesionează prin prezentul Acord către Brand, în mod definitiv, Know-How-ul pe care [REDACTED] îl deține cu privire la preparatul denumit „Guerilla Burrito”, având caracteristicile prevăzute în Anexa 1 la Acord și culoarea caracteristică roz, în schimbul găzduirii de către Brand pe canalul de radiodifuziune al Brand-ului, respectiv Radio Guerrilla, a unei campanii media de difuzare a unor spoturi publicitare pentru [REDACTED] în valoare de 500 euro. Perioada difuzării campaniei și detaliile privind campania vor fi stipulate prin Anexă la Acord (Anexa 3). În acest sens, Părțile sunt de acord să compenseze factura emisă de [REDACTED] ca urmare a cedării know-how-ului cu factura emisă de Brand pentru desfășurarea campaniei media, conform prezentului articol. Prin prezentul [REDACTED] cedează Brandului următoarele: metodele de lucru, procedurile, tehnicile, rețeta, ingredientele, know-how-ul și instrucțiunile de preparare ale preparatului denumit „Guerilla Burrito”. ~~Taza [REDACTED] declară și garantează~~ garantează ca va preda către Brand rețeta și informații complete despre procesul de fabricare (preparare) a preparatului denumit „Guerilla Burrito”.
- 3.4. Pentru claritate, [REDACTED] continuă să fie titularul Know-How-ului pentru toate celelalte Produse care fac obiectul prezentului Acord, cu excepția „Guerilla Burrito” având caracteristicile prevăzute în Anexa 2 la Acord și culoarea caracteristică roz.
- Licența Know-How-ului aferent Produsului „Guerilla Burrito” către [REDACTED]
- 3.5. În interesul executării prezentului Acord, Brand-ul acordă lui [REDACTED] o licență de exploatare a Know-How-ului pentru Produsul „Guerilla Burrito” pentru a dreptul de a divulga și transfera, pe durata Acordului, către ceilalți Participanți în cadrul Proiectului, know-how-ul, metodele de lucru, procedurile, tehnicile, instrucțiunile, inclusiv modul de utilizare și combinare a ingredientelor și conținutul rețetei furnizate de Brand pentru preparatul denumit „Guerilla Burrito”.
- Sub-licențierea Mărcii și a Know-How-ului aferent Produsului „Guerilla Burrito” către Restaurantele Partenere
- 3.6. [REDACTED], va oferi Restaurantelor Partenere și/sau Producătorilor, precum și membrului (membrilor) desemnat(ți) al (ai) personalului acestora, cursuri de instruire referitoare la pregătirea Produselor conform rețetelor, Know-How-ului și standardelor Tazz, după cum va considera necesar, astfel

încât să se asigure unitatea în cadrul Proiectului și în cadrul Produselor comercializate sub Marca Brand-ului. Instruirea va fi efectuată în locațiile și după metodele pe care [REDACTED] le va considera oportune și va viza know-how-ul, metodele de lucru, procedurile, tehnicile, instrucțiunile, inclusiv modul de utilizare și combinare a ingredientelor și conținutul rețetelor ce vor fi furnizate de [REDACTED], precum și rețetei furnizate de Brand pentru preparatul denumit „Guerilla Burrito”, având caracteristicile prevăzute în Anexa 1 și culoarea caracteristică roz.

3.7. În baza prerogativei de transfer al Licenței către ~~Partenerii Potențiali~~ Restaurantele Partenere si/sau Producători, [REDACTED] va putea transfera următoarele drepturi:

- a) dreptul de a aplica Marca pe ambalajele Produselor în scopul de a oferi spre vânzare Produsele prin [REDACTED] sau, la nevoie, offline;
- b) dreptul de a utiliza Marca în promovarea și marketing-ul Produselor, inclusiv pe website-uri, rețele sociale sau alte medii digitale în conformitate cu prevederile prezentului Acord. Marca va fi utilizată de către ~~Partenerul Potențial~~ Restaurantele Partenere pentru promovarea și marketing-ul Produselor, pe alte website-uri, rețele sociale sau alte medii digitale, în afara [REDACTED], doar cu acordul prealabil scris al [REDACTED], conform prevederilor art. 13.8. Cu toate acestea, Restaurantele Partene au dreptul să promoveze Produsele pe propriile site-uri sau magazine online;
- c) dreptul de a utiliza Know-How-ul Tazz și, respectiv, Know-How-ul Brandului privind rețeta „Guerrilla Burrito”, exclusiv pentru prepararea, ambalarea și comercializarea Produselor în cadrul Proiectului.

3.8. În baza prerogativei sale de transfer al Licenței [REDACTED] va include în contractele încheiate cu Partenerii Potențiali următoarele obligații în sarcina acestora din urmă:

- a) Să folosească cu privire la Produse, în asociere cu acestea și pe ambalajul acestora numai Marca, având libertatea de a aplica pe Produse semne indicând că Partenerul Potențial este fabricantul și/sau comerciantul acestora;
- b) Să includă mențiunea „sub licență” alături de Marca aplicată pe Produse;
- c) Să nu modifice, să nu altereze și să nu adapteze în niciun fel Marca și/sau Know-How-ul și să le folosească întocmai în forma furnizată de Brand sau [REDACTED] și exclusiv cu privire la Produse;
- d) Să nu folosească Marca și/sau Know-How-ul în legătură cu alte produse sau servicii în afara Produselor;
- e) Să păstreze confidențialitatea Know-How-ului cu strictețe potrivit art. 15;
- f) Să utilizeze Marca și Know-How-ul într-o manieră comercială rezonabilă și la un standard similar cu cel atins de Brand și [REDACTED], fără a aduce atingere dreptului Brand-ului și al lui [REDACTED] de a utiliza Marca și Know-How-ul în cadrul altor colaborări;
- g) Să nu întreprindă nicio acțiune și să nu omită să întreprindă nicio acțiune, inclusiv în ce privește marketing-ul și promovarea Produselor, care să fie susceptibilă să aducă atingere reputației, vadului comercial sau clientelei Brand-ului și/sau lui [REDACTED] sau care să afecteze beneficiile Brand-ului și/sau ale lui [REDACTED] decurgând din Proiect.
- h) Restaurantul Partener nu va avea dreptul de a introduce în justiție o acțiune în contrafacere privind Marca sau Know-How-ul fără consimțământul deținătorului acestui drept, respectiv Brand-ului sau al [REDACTED], după caz;

h)i) Pentru claritate, Restaurantul Partener are dreptul de a comercializa și alte produse în afara celor care fac obiectul Acordului, însă în aceste cazuri nu se vor utiliza Marca și/sau Know-How-ul sub-licențiate de [REDACTED]

Commented [GNP3]: Conform regulilor noi de concurență, interdicția de a utiliza canale de publicitate online, precum motoarele de căutare sau serviciile de comparare a prețurilor poate constitui o restricție de concurență.

Poate fi permisă o interdicție de a nu utiliza anumite canale de publicitate, cu condiția ca acestea să nu reprezinte cele mai populare/accesate canale de către consumatori.

În concluzie, se poate cere lui TAZZ acordul, însă TAZZ nu poate refuza Partenerii Potențiali să promoveze Produsele în anumite medii digitale populare.

De asemenea, sunt interzise practicile prin care Restaurantele Partenere nu au dreptul să utilizeze Mărcile sau denumirile comerciale ale Produselor pe propriul site-ul web sau în magazinul online.

3.9. În termen de [10 Zile Lucrătoare] de la Data Semnării prezentului Acord, Brand-ul va preda lui Tazz [REDACTED] forma grafică a Mărcii precum și materialele care conțin Know-How-ul preparatului „Guerrilla Burrito”, în format fizic și electronic pe care [REDACTED] le va putea utiliza și sub-licențiat transmite în baza Licenței și a acordului expres al Brand-ului în acest sens, exprimat prin prezentul Acord.

3.10. Brand-ul va înregistra prezenta Licență de Marcă la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci și/sau orice altă autoritate relevantă și va coopera pentru realizarea respectivei înregistrări.

3.11. Părțile își vor transmite prompt notificări cu privire la orice contrafaceri sau orice alte încălcări de drepturi existente sau susceptibile să se manifeste cu privire la Marcă și/sau Know-How; la nevoie Brand-ul va acorda lui [REDACTED] asistență necesară în legătură cu orice acțiune administrativă sau acțiune în justiție inițiată de către [REDACTED] pentru a preveni sau elimina orice astfel de contrafacere sau încălcare.

4. Obligațiile [REDACTED]

4.1. [REDACTED] are obligația de a depune diligențele necesare pentru administrarea Proiectului, identificarea Partenerilor Potențiali și încheierea unor contracte de colaborare cu aceștia, precum și pentru promovarea online a Produselor pe [REDACTED], în vederea facilitării comercializării către Utilizatorii potențial interesați de cumpărarea Produselor și pentru îndeplinirea oricăror altor modalități de promovare și marketing agreeate de [REDACTED] pentru promovarea Mărcii Brand-ului și a Produselor. Pentru claritate, promovarea Mărcii Brand-ului și a Produselor se vor realiza în baza politicilor de promovare aplicabile în mod nediscriminatoriu pentru produsele listate pe [REDACTED]

4.2. [REDACTED] va depune toate diligențele pentru a se asigura că orice activități sau obligații asumate de [REDACTED] în baza prezentului Acord vor fi executate în conformitate cu Legea Aplicabilă.

4.3. Listarea în [REDACTED] a Produselor în cadrul Proiectului va fi efectuată în conformitate cu prevederile înțelegerilor încheiate de [REDACTED] cu Restaurantele Partenere și în condițiile stabilite în cadrul acestuia și nu face obiectul prezentului Acord.

5. Obligațiile Brand-ului

5.1. Brand-ul se obligă să promoveze prin propriile mijloace Proiectul, Produsele și Marca, obligându-se să se folosească de mijloacele de radiodifuziune pe care le are la dispoziție, în scopul creșterii Proiectului și al asigurării promovării Mărcii și Produselor, conform Planului Media din Anexa 4 la prezentul Acord.

5.2. În vederea menținerii standardelor ridicate de calitate și a specificațiilor prevăzute în cadrul Proiectului, Brand-ul:

- d) va acționa în permanență, în activitatea sa din cadrul Proiectului în conformitate cu: (i) dispozițiile prevăzute în prezentul Acord; (ii) instrucțiunile de desfășurare a prestațiilor care îi revin; (iii) Legea Aplicabilă, (iv) principiul bunei-credințe;
- e) nu va aduce nicio schimbare, îmbunătățire sau modificare Mărcii, Produselor pentru care deține Know-How sau Proiectului fără acordul prealabil scris al [REDACTED];
- f) va avea o echipă dedicată și calificată pentru a furniza suport de comunicare pentru [REDACTED] pe toata durata Acordului, acționând cu promptitudine și în cel mai bun interes al Proiectului;
- g) se va asigura că deține și menține în vigoare toate licențele, avizele, permisele, acordurile și/sau autorizațiile legale necesare desfășurării activității în temeiul prezentului Acord;
- h) va trata în permanență drept strict confidențiale Informațiile Confidențiale primite de la [REDACTED] astfel cum se prevede în art. 15.

Commented [GNP4]: Având în vedere că TAZZ împreună cu Restaurantele Partenere și Brand-ul pot fi considerați concurenți, iar Proiectul poate reprezenta o formă de comercializare în comun, implicarea Tazz în promovarea Produselor ar trebui să fie în condiții echivalente cu alți parteneri aflați în poziție similară - similar cu recomandările noastre pregătite pentru contractul cu Pogase.

În toate cazurile, Restaurantele Partenere ar trebui să aibă libertatea de a-și face / implementa propria strategie comercială (care se poate traduce și în reduceri & campanii promoționale proprii subvenționate independent).

5.3. Brand-ul îl va informa pe [REDACTED] în mod corespunzător și în timp util cu privire la eventualele solicitări privind punerea în aplicare/introducerea în meniu a unor noi Produse pe care Brand-ul dorește să le includă în Proiect și asupra cărora Brand-ul deține Know-How, îi va acorda suportul și informațiile necesare pe întreaga durată a Acordului, astfel încât rețetele Produselor să fie armonizate. Decizia privind includerea unor noi Produse în Proiect va fi luată conform prevederilor art. 2.2.

5.4. Pe durata prezentului Contract de Colaborare, în limitele impuse de reglementările de concurență aplicabile, Brand-ul nu va desfășura-utiliza Know-How-ul în afara Proiectului/activitățile specifice Proiectului față de Partenerii Potențiali, nu va intra într-un proiect similar Proiectului și nu va desfășura o activitate similară Proiectului, cu o altă societate care oferă servicii similare Tazz sau cu unul dintre ceilalți Participanți la Proiect, independent de TAZZ și în afara prezentului Contract de Colaborare/Acord, în privința Produselor, cu excepția preparatului denumit „Guerilla Burrito”, având caracteristicile prevăzute în Anexa 1 la prezentul și culoarea caracteristică roz, asupra căruia [REDACTED] a transferat Know-How-ul către Brand. În măsura în care Brand-ul va decide includerea unor produse noi într-un proiect similar Proiectului, acesta va acorda [REDACTED] dreptul de a extinde Proiectul și cu aceste noi produse. Dacă [REDACTED] nu va dori extinderea sau nu va răspunde notificării transmise de Brand cu privire la extinderea Proiectului, într-un termen de 30 de zile, Brand-ul va putea încheia, cu privire la produsele noi, un proiect similar Proiectului cu o terță parte, cu respectarea prevederilor celorlalte acorduri la care este parte în cadrul Proiectului. Pentru claritate, chiar și în situația în care [REDACTED] va extinde Proiectul și cu privire la produse noi, Brand-ul este liber ca, în măsura în care consideră necesar, să încheie un proiect similar cu terțe părți, însă fără utilizarea Know-How-ului [REDACTED] cu excepția preparatului denumit „Guerilla Burrito” pentru care [REDACTED] cedează Know-How-ul către Brand.

6. Declarații și garanții

6.1. Brand-ul declară că a luat cunoștință de obligațiile asumate de [REDACTED] conform prezentului Acord, precum și de limitele acestor obligații.

6.2. Pentru evitarea oricărui dubiu, Părțile declară că Partenerii Potențiali/Restaurantele Partenere vor purta întreaga răspundere cu privire la orice reclamație formulată de către Utilizatori sau de terțe persoane cu privire la prepararea, ambalarea, comercializarea Produselor, precum și cu privire la pagubele generate, potrivit obligațiilor asumate de către fiecare, prevederilor legale aplicabile activității fiecăruia și proporțional cu culpa acestora [REDACTED] nu se obliga să acopere pretențiilor Utilizatorilor și nici prejudiciile (inclusiv de imagine) suferite de Brand ca urmare a culpei Partenerilor Potențiali/Restaurantelor Partenere.

6.3. Brand-ul declară că are cunoștință de faptul că [REDACTED] nu se angajează să exoneraze de răspundere, să aere și să despăgubească Brand-ul în raport cu orice acțiuni în justiție, sancțiuni, amenzi, pierderi, daune, rambursări, costuri, taxe și cheltuieli care rezultă (cu titlu indicativ) în legătură cu prevederile legale din domeniul fiscalității, sănătății și securității, muncii și asigurărilor sociale și/sau din domeniile referitoare la consumatori ori dreptul proprietății intelectuale, care rezultă din acțiuni în justiție, reclamații sau cereri de despăgubiri care decurg din comercializarea Produselor prin [REDACTED] sau, după caz, în mediul offline.

6.4. Brand-ul nu este autorizat, în vreo situație, să acționeze în numele [REDACTED], să îl reprezinte sau să semneze vreun angajament în numele acestuia.

6.5. Brand-ul este răspunzător pentru și trebuie să îndeplinească toate obligațiile în virtutea Legii Aplicable în legătură cu societatea sa, în special administrarea propriilor conturi, venituri și activități, în raport cu care [REDACTED] nu va avea niciun fel de răspundere.

6.6. Brand-ul:

Commented [OM|T5]: In cazul in care Brand-ul e franciza mai putem avea prevederea aceasta?

Commented [GNP6R5]: Având în vedere riscul ca participanții la Proiect să fie considerați concurenți, propunerea noastră este să eliminăm prevederile care ar putea fi interpretate ca o înțelegere de împărțire a pieței / clienților între concurenți.

Ca alternativă, putem limita această obligație la interdicția de a utiliza know-how-ul și Marca pentru produse din afara Proiectului.

În situația unui contract de franciză, francizorul nu ar putea fi limitat cu privire la produsele pe care dorește să le comercializeze.

- a. va respecta prevederile Legii Aplicable referitoare la desfășurarea activităților și obligațiilor asumate în baza prezentului Acord, va obține în mod separat toate licențele, avizele, permisele, acordurile și autorizațiile legale care se impun în vederea desfășurării activității sau îndeplinirii obligațiilor sale în cadrul Proiectului, în măsura necesară;
- b. va fi responsabil de plata tuturor impozitelor sau taxelor aferente desfășurării activității în cadrul Proiectului;
- c. va asigura respectarea prevederilor legale aplicabile, fiind exclusiv răspunzător în fața autorităților publice relevante și a terților în ceea ce privește ansamblul obligațiilor obligațiilor inerente (sau care rezultă) în contextul desfășurării activității sale, în cadrul Acordului;
- d. se angajează să nu acționeze în nicio situație sau să omită să acționeze într-un sens care ar putea aduce atingere imaginii [REDACTED], Proiectului sau a [REDACTED];
- e. declară și garantează că este titularul cererii de marca M2022/001552 din 01/03/2022 BURRITOS GUERRILLA și are dreptul de a acorda Licența potrivit prevederilor prezentului Acord;
- f. declară și garantează că la Data Semnării, derularea prezentului ~~Contract de Colaborare~~ Acord nu intră în conflict de interese cu niciun alt proiect în care este implicat sau client pentru care prestează servicii sau furnizează bunuri și care ar implica utilizarea sub orice formă a Mărcii Brand-ul și se obligă să informeze [REDACTED] de îndată să se asigure că această declarație se menține valabilă pe întreaga durată a Acordului în măsura în care pe durata Acordului ar interveni o astfel de situație.
- 6.7. Brand-ul va exonera de răspundere, va apăra și va despăgubi Partenerii Potențiali și pe [REDACTED] în raport cu orice acțiuni în justiție, sancțiuni, amenzi, pierderi, daune, rambursări, costuri, taxe și cheltuieli care rezultă (cu titlu indicativ) în legătură cu prevederile Legii Aplicable, inclusiv dar fără a se limita la cele dreptul proprietății intelectuale, care rezultă din acțiuni în justiție, reclamații sau cereri de despăgubiri care decurg din exploatarea Licenței, produse din orice motiv.
- 7. Durata Acordului**
- 7.1. Acordul se încheie pe o perioadă inițială de 36 de luni, intrând în vigoare de la Data Semnării de către ambele Părți.
- 7.2. Acordul se va prelungi automat pentru perioade succesive, egale cu perioada de 1 (un) an, în cazul în care (i) niciuna dintre Părți nu îi notifică celeilalte în mod expres, neechivoc și în scris intenția de încetare, cu cel puțin 30 de zile înainte de data expirării duratei pentru care a fost încheiat sau prelungit, fără însă ca durata totală a Acordului să depășească 5 (cinci) ani.
- 7.3. Dacă denunțarea unilaterală a Acordului de către [REDACTED] cu preavizul prevăzut la art. 7.2. de mai sus intervine în cazul în care, la data transmiterii notificării de denunțare unilaterală de către [REDACTED], se află în curs discuții sau negocieri cu unul sau mai mulți Parteneri Potențiali, [REDACTED] își rezervă dreptul de a informa Partenerul sau Partenerii Potențiali că discuțiile ori negocierile au rămas fără obiect și nu vor mai continua.
- 8. Redevență și plată**
- 8.1. Având în vedere intenția și beneficiul comun al Părților în dezvoltarea Proiectului și comercializarea Produselor realizate de Partenerii Potențiali prin intermediul [REDACTED], precum și obligația de promovare a Produselor asumată de Brand, Părțile agreează că:
- a) [REDACTED] nu va datora în baza prezentului Acord niciun tarif pentru utilizarea Mărcii, cu excepția obligațiilor asumate în vederea promovării Produselor și Proiectului;
- b) Brand-ul nu va datora niciun tarif în baza Acordului, cu excepția obligațiilor asumate de Brand pentru promovarea Produselor și a Proiectului.

Commented [OM|T7]: Financiar

- 8.2. Remunerația datorată Brand-ului, pentru utilizarea Mărcii pentru Produsele preparate și comercializate prin [REDACTED] de către Restaurantele Partenere, precum și remunerația datorată lui [REDACTED], pentru serviciile prestate de acesta în vederea dezvoltării Proiectului, inclusiv dar fără a se limita la serviciile de intermediere, promovare și marketing va fi suportată de către fiecare Restaurant Partener cu care [REDACTED] va fi încheiat în temeiul prezentului Acord contracte înțelegeri de colaborare. [REDACTED] se obligă astfel să includă în înțelegerile sale cu Restaurantele Partenere, obligația acestora din urmă de a achita Brand-ului un tarif de 10% din valoarea (brută) a fiecărei comenzi transmisă de Utilizator către Partener efectuată prin [REDACTED] („Redevență”).
- 8.3. Brand-ul împuternicește pe Tazz să încaseze Redevența în numele său de la Restaurantele Partenere, din comenzile de Produse plasate la Restaurantul Partener de către Utilizatori prin intermediul [REDACTED], în limita sumelor încasate pentru aceste comenzi.
- 8.4. Redevența va fi calculată în baza unui raport de vânzări furnizat lunar de către [REDACTED] va achita Redevența Brand-ului din comenzile încasate de la Utilizatori, după reținerea cu prioritate, în următoarea ordine, a următoarelor sume („Tarife datorate”):
- Tarifelor datorate de Restaurantul Partener către [REDACTED] conform înțelegerii între aceștia, pentru serviciile prestate de [REDACTED] în scopul derulării Proiectului, precum și al intermediarii comercializării Produselor prin [REDACTED];
 - a tarifelor și a în scopul executării Proiectului, dacă este cazul.
- 8.5. [REDACTED] va comunica Brand-ului în prima săptămână a fiecărei luni suma de facturat pentru luna anterioară, în baza raportului de vânzări, urmând ca Brand-ul să comunice factura în termen de [REDACTED] de la primirea sumei de facturat.
- 8.6. După încasarea sumei datorate cu titlu de Redevență din comenzile plasate de Utilizatori și după reținerea Tarifelor datorate [REDACTED] va plăti Redevența datorată Brand-ului în termen de 15 Zile Lucrătoare de la comunicarea facturii emise de către Brand după încheierea lunii facturate.
- 8.7. În cazul în care reținerea conform celor de mai sus nu este posibilă, indiferent de motiv, plata Redevenței către Brand se va face de [REDACTED] în termen de 15 zile de la momentul încasării de la Restaurantul Partener a sumelor datorate de acesta. Pentru întârzierile de plată, [REDACTED] se obligă să stipuleze în înțelegerile sale cu Restaurantul Partener că acesta datorează penalități de 0,05 % pe zi de întârziere din valoarea debitului restant [REDACTED] nu va avea în nicio situație obligația să despăgubească Brand-ul pentru întârzierile la plată ale Restaurantului Partener.
- 8.8. Comunicarea facturilor se va face prin e-mail, la coordonatele puse la dispoziție de către [REDACTED] prin prezentul Acord.
- 8.9. În situația comenzilor achitate de către Utilizatori prin intermediul mijloacelor de plată on-line, [REDACTED], în calitate de agent de colectare, prin intermediul prestatorului de servicii de plată, va încasa în contul de plăți, în numele și pe seama Restaurantului Partener, sumele de bani plătite de Utilizatori pentru comenzile plasate Partenerului prin [REDACTED] pentru Produse și va transfera săptămânal în contul Brand-ului tariful convenit Brandului, în baza unui proces-verbal de decontare/compensare ce va conține date referitoare la temeiul plății. Părțile agreează și recunosc că sumele totale încasate de către [REDACTED] sunt aferente comenzilor de Produse oferite spre vânzare de către Restaurantul Partener prin [REDACTED], fiind parte din cifra de afaceri a Restaurantului Partener. [REDACTED] nu are niciun drept și nu poartă nicio responsabilitate din punct de vedere fiscal, nici asupra acestor creanțe și încasări, nici asupra încasărilor cash, în afara obligațiilor asumate prin prezentul Acord și prin contractele încheiate cu Restaurantele Partenere pentru desfășurarea Proiectului și intermedierea comercializării Produselor în [REDACTED].
- 8.10. Părțile agreează că, în cazul în care există obligații reciproce de plată între [REDACTED] și Restaurantul Partener, decurgând din contractele încheiate în vederea desfășurării Proiectului, în temeiul

prezentului Acord, acestea vor fi stinse automat, cu prioritate până la cuantumul creanței celei mai mici, prin compensare, conform reglementărilor în vigoare.

- 8.11. Termenele de plată asumate de [REDACTED] pot fi modificate unilateral de către [REDACTED], în conformitate cu politica aplicabilă în legătură cu utilizarea [REDACTED] și în limitele permise de lege, iar Brand-ul va notificat în scris în mod corespunzător înainte ca respectivele modificări să intre în vigoare.
- 8.12. Pe perioada inițială a Acordului, în considerarea serviciilor prestate de [REDACTED] în baza prezentului Acord și a promovării și marketingului pe care [REDACTED] le va realiza în baza pentru Produsele Brand-ului și a Mărcii acestuia, Brand-ul se obligă ca, de la Data Semnării prezentului Acord, să utilizeze exclusiv serviciile [REDACTED] și [REDACTED] pentru comercializarea Produselor. Astfel Brand-ul se obligă să nu comercializeze produsele sale alimentare și serviciile legate de acestea pe o altă platformă de intermediere online, indiferent dacă aceasta este deținută și operată de Brand sau de un terț, cu excepția website-urilor proprii ale Brand-ului de comercializare a produselor și serviciilor direct către clienți finali.

9. Limitări

- 9.1. În limitele impuse de reglementările de concurență aplicabile, în considerarea serviciilor prestate de [REDACTED] în baza prezentului Acord și a promovării și marketingului pe care [REDACTED] le va realiza în baza contractelor de colaborare pentru Produsele Brand-ului și a Mărcii acestuia, Brand-ul se obligă ca de la Data Semnării prezentului Acord să se abțină de la a folosi Marca în alt mod decât în vederea executării prezentului Acord, precum și de la a transfera în alt mod drepturile de utilizare asupra Mărcii.
- 9.2. În limitele impuse de reglementările de concurență aplicabile, și în considerarea licenței exclusive acordate către [REDACTED] în ceea ce privește utilizarea Mărcii, Brandul se obligă, ca pe durata prezentului Acord, să nu comercializeze în afara Proiectului produse alimentare și serviciile legate de sub Marca ce face obiectul licenței exclusive a [REDACTED] pe o altă platformă de intermediere online cu obiect de livrare a mâncării la domiciliu, indiferent dacă aceasta este deținută și operată de Brand sau de un terț, cu excepția website-urilor proprii ale Brandului de comercializare a produselor și serviciilor direct către clienții finali.
- 9.3. [REDACTED] se obliga ca, pe durata Acordului sa nu utilizeze Know-How-ul acordat de Brand pentru produsul „Guerrilla Burritos” în afara Proiectului dezvoltă un produs similar celui care face obiectul prezentului Acord (Burritos) cu un concurent al Brandului din sfera audio-vizualului.
- 9.4. În limitele impuse de reglementările de concurență aplicabile, Brandul se obliga ca, pe durata Acordului si înăncă 12 (douăsprezece) luni dupădupă încheiereaîncheierea acestuia, indiferent de motiv, să nu divulge și să utilizeze Know-How-ul și/sau informațiile confidențiale la care a avut acces în cadrul Proiectului și în baza Acordului, cu excepția Know-How-ului aferent preparatului „Guerilla Burrito”, având caracteristicile prevăzute în Anexa 1 la prezentul și culoarea caracteristică roz, asupra căruia [REDACTED] a transferat Know-How-ul către Brand.
- ~~9.4. sa nu intre într-o alta relatie parteneriala (similara Proiectului și celei stabilite prin prezentul Acord) cu o altă societate care oferă servicii similare Tazz sau cu unul dintre Potentialii Parteneri din Proiect în vederea comercializării ulterioare a Produselor care fac obiectul acestui contract utilizând Know-How-ul Tazz, astfel cum aceasta a fost definit în cuprinsul prezentului Acord.~~
- ~~9.5. Prin excepție, prevederile art. 9.4. nu se aplică în cazul preparatului denumit „Guerilla Burrito”, având caracteristicile prevăzute în [REDACTED] la prezentul și culoarea caracteristică roz, asupra căruia TAZZ a transferat Know-How-ul către Brand în conformitate cu prevederile art. 3.2. din prezentul Acord~~
- 9.6-9.5. Pentru evitarea oricărui dubiu, Brand-ul recunoaște și agreează faptul că nu beneficiază de niciun fel de exclusivitate teritorială sau de orice alt fel, în ceea ce privește comercializarea

Produselor sau colaborarea cu [REDACTED] are libertatea de a încheia colaborări similare în ceea ce privește comercializarea Produselor ori a unor produse similare.

9.7.9.6. Fiecare Parte va fi responsabilă pentru îndeplinirea obligațiilor fiscale ce îi revin în legătură cu activitatea desfășurată.

10. Verificări și garanții

10.1. Părțile convin și acceptă că, în afara aspectelor menționate la art. 2.1. de mai sus [REDACTED] nu are obligația, pe cheltuiala sa:

- i) de a efectua vreun due diligence/audit cu privire la Partenerii Potențiali și la activitatea acestora;
- j) de a verifica ori de a garanta Brand-ului că Partenerii Potențiali dețin toate autorizațiile, avizele și permisele cerute de Legea Aplicabilă, că își desfășoară activitatea conform Legii Aplicabile și că nu fac obiectul vreunor sancțiuni aplicate de orice autoritate competentă sau al unor plângeri sau pretenții din partea oricăror terți;
- k) de a verifica situația juridică a spațiului/spațiilor în care își desfășoară activitatea Partenerul Potențial;
- l) de a verifica activitatea Partenerilor Potențiali din punct de vedere tehnic și operațional, inclusiv modul de preparare, ambalare și comercializare a produselor acestora și sursele sale de aprovizionare sau de a oferi orice garanție în acest sens.

11. Servicii [REDACTED]

11.1. Cooptarea în Proiect a Partenerilor Potențiali se consideră realizată cu succes de [REDACTED] în momentul în care Partenerul Potențial comercializează pe [REDACTED] primele Produse realizate în baza contractelor de colaborare încheiate cu [REDACTED].

11.2. În medie, pentru fiecare zonă în parte [Municipii resedinta de judet + Bucuresti] unde se preconizează extinderea activității Brandului, [REDACTED] va depune diligențe rezonabile pentru a identifica cel mult 2 (doi) Parteneri Potențiali. Cu toate acestea [REDACTED] are dreptul, dar nu obligația, de a încheia înțelegeri privind Produsele din Proiect cu un număr nelimitat de Parteneri Potențiali, în măsura în care consideră că există potențial pentru dezvoltarea Proiectului prin cooptarea unui număr mai mare de Participanți la Proiectul Virtual Brands.

11.3. Brandul este de acord și autorizează [REDACTED] să îi comunice Partenerului Potențial informații relevante privind conceptul și activitatea Brand-ului, drepturile care ar urma să-i fie conferite Partenerului Potențial, precum și obligațiile de care ar urma să fie ținut în cazul încheierii contractelor de colaborare specifice Proiectului.

11.4. Brandul se obligă ca, după primirea informații privind Partenerii Potențiali din partea [REDACTED], să comunice cu Partenerii Potențiali doar prin intermediu [REDACTED] și/sau în prezența ori cu participarea [REDACTED]. Brandului îi este interzis ca în informațiilor primite din partea [REDACTED] privind Partenerii Potențiali să înceapă o altă colaborare cu oricare dintre respectivii Parteneri Potențiali cu un obiect similar cu acela al Proiectului, prin care să îi acorde Partenerului Potențial drepturi cu privire la Marca/Produsele sale, în afara acestui Proiect.

11.5. Brandul se angajează ca, pe durata Acordului și pe un termen **de 12 (douăsprezece) luni** de la data încetării Acordului să respecte obligațiile asumate prin art. 11.4, în sensul și cu respectarea prevederilor art. 9.4 din prezentul Acord.

11.6. În cazul încălcării obligațiilor sale prevăzute de art. 8.6-8.7. de mai sus, Brandul va răspunde față de [REDACTED] pentru toate prejudiciile cauzate acestuia, inclusiv pentru orice costuri suportate de [REDACTED] pentru identificarea și selectarea Partenerilor Potențiali și pentru negocierea oricărei tranzacții cu aceștia.

12. Încheierea contractelor de colaborare între Partenerul Potențial și [REDACTED]

- 12.1 [REDACTED] va semna, în nume propriu, contracte de colaborare cu Partenerii Potențiali cu care negocierea a fost realizată cu succes de către [REDACTED]. În măsura în care va fi necesar, Brandul va îndeplini fără întârziere orice acte și formalități necesare pentru a-i permite Partenerului Potențial să își desfășoare activitatea în cadrul Proiectului.

13. Marketing și Promovare

Promovarea realizată de [REDACTED]

- 13.1 [REDACTED] asigură serviciile de promovare și marketing pentru Produsele din cadrul Proiectului și, implicit, pentru Marca sub care vor fi comercializate Produsele Brand-ului. [REDACTED] va presta aceste servicii cu scopul creșterii și promovării Mărcii sub care vor fi comercializate Produsele din Proiect, în vederea dezvoltării Proiectului. În acest scop, [REDACTED] are dreptul să decidă acțiunile de promovare și marketing pe care le consideră utile și va decide implementarea acestora după cum va considera necesar, inclusiv sub umbrela [REDACTED], eventual alături de celelalte brand-uri din cadrul [REDACTED]. Acțiunile de promovare vor fi desfășurate fie prin intermediul Platformei [REDACTED] sau a altor medii online sau audiovizuale, fie în mediul offline. Prin semnarea prezentului Acord, Brand-ul declară că dorește să devină parte din [REDACTED], alături de celelalte brand-uri care fac parte din acest proiect, ~~astfel cum acestea sunt enumerate în cuprinsul Anexei 2 la prezentul Acord~~, luându-și angajamentul să colaboreze cu [REDACTED] și cu celelalte brand-uri din Tazz Republic în scopul promovării Proiectului. ~~Pentru claritate, promovarea Mărcii Brand-ului și a Produselor se vor realiza de către [REDACTED] în baza politicilor de promovare și marketing adoptate la nivel intern și aplicabile în mod nediscriminatoriu pentru produsele și partenerii listati pe [REDACTED]. Tazz va comunica Brand-ului prin e-mail orice nou brand cooptat în Tazz Republic, urmând ca obligațiile asumate prin prezentul Acord să se întindă și cu privire la brand-urile cooptate în viitor de către Tazz în Tazz Republic.~~

- 13.2. Brandul acordă [REDACTED] dreptul temporar de a utiliza Marca, pe durata prezentului Acord, pentru a promova [REDACTED] și Produsele, în scopul facilitării comercializării Produselor către utilizatorii [REDACTED] potențial interesați de cumpărarea Produselor precum și în vederea executării obligațiilor și exercitării drepturilor [REDACTED] din prezentul Acord, fără ca [REDACTED] să dătureze vreo remunerație pentru dobândirea acestui drept. Orice promovare publicitară desfășurată de [REDACTED] în afara [REDACTED] cu privire la Marcă, sau care ar include denumirea Brandului (Radio Guerrilla) trebuie aprobată în prealabil de către Brand în scris, prin e-mail transmis de pe adresa popescu@guerrillaradio.ro.

Promovarea realizată de Brand

- 13.3. La rândul său, Brand-ul se obligă să promoveze prin propriile mijloace Proiectul, Produsele și Marca, obligându-se să se folosească de mijloacele de radiodifuziune pe care le are la dispoziție, în scopul creșterii Proiectului și al asigurării promovării Mărcii și Produselor, conform Planului Media din [Anexa 4](#) la prezentul Acord. În acest sens, [REDACTED] conferă Brand-ului dreptul de utilizare temporar, de-a lungul duratei prezentului Acord, asupra mărcii sale („Marca [REDACTED]”) în campaniile de promovare a Mărcii Brand-ului, desfășurate de în mediile de radiodifuziune Radio Guerrilla sau în alte medii audio-vizuale. Orice promovare publicitară desfășurată de Brand cu privire la Marcă, Produse, Proiect sau care ar include denumirea [REDACTED] sau [REDACTED] trebuie aprobată în prealabil de către [REDACTED], prin e-mail. Cu toate acestea, Brand-ul are dreptul să promoveze Produsele pe propriile site-uri sau magazine online;

- 13.4. Aprobarea la care se referă art. [13.2](#) și [13.3](#) va fi acordată de Partea vizată într-un termen rezonabil, ce nu poate depăși 3 (trei) zile lucrătoare ~~lucrătoare~~ de la momentul transmiterii solicitării. În măsura în care Partea căreia i s-a solicitat aprobarea nu comunică niciun refuz în termenul de 3 (trei) zile lucrătoare, cealaltă Parte are dreptul să considere acest lucru o aprobare cu privire la solicitarea transmisă și să acționeze în consecință.

Commented [GNP8]: Propunem eliminarea prezentei prevederi pentru a diminua riscurile unui posibil schimb de informații sensibile intermediat de TAZZ.

Commented [GNP9]: Având în vedere că TAZZ împreună cu Restaurantele Partenere și Brand-ul pot fi considerați concurenți, iar Proiectul poate reprezenta o formă de comercializare în comun, implicarea Tazz în promovarea Produselor ar trebui să fie în condiții echivalente cu alți parteneri aflați în poziție similară - similar cu recomandările noastre pregătite pentru contractul cu Pogase.

În toate cazurile, Restaurantele Partenere ar trebui să aibă libertatea de a-și face / implementa propria strategie comercială (care se poate traduce și în reduceri & campanii promoționale proprii subvenționate independent).

Commented [GNP10]: Conform regulilor noi de concurență, interdicția de a utiliza canale de publicitate online, precum motoarele de căutare sau serviciile de comparare a prețurilor poate constitui o restricție de concurență.

Poate fi permisă o interdicție de a nu utiliza anumite canale de publicitate, cu condiția ca acestea să nu reprezinte cele mai populare/accesate canale de către consumatori.

În concluzie, se poate cere lui TAZZ acordul, însă TAZZ nu poate refuza Brand-ul să promoveze Produsele în anumite medii digitale populare.

De asemenea, sunt interzise practicile prin care Brand-ul nu ar avea dreptul să utilizeze Mărcile sau pe propriul site-ul web sau în magazinul online.

- 13.5. Pentru evitarea oricărui dubiu, aprobarea nu se va considera ca fiind neacordată cu rea credință de către Partea căreia i-a fost solicitată, dacă respectiva aprobare nu este acordată din cauza necesității de conformare cu anumite cerințe legale în vigoare. În eventualitatea în care activitățile de promovare publicitară vor fi aprobate, respectivele activități de promovare publicitară se pot modifica numai dacă respectiva modificare a fost aprobată în conformitate cu prezenta clauză.

Promovare sub umbrela

- 13.6. Brand-ul declară că înțelege importanța campaniilor de marketing desfășurate de în promovarea mărcilor tuturor brand-urilor din, rolul pe care îl are în creșterea și promovarea Proiectului, precum și importanța și beneficiul comun adus de promovarea de către a Proiectului în asociere cu mărcile comerciale ale brand-urilor. Astfel, Brand-ul își dă acordul pentru asocierea Mărcii sale în scop de marketing sub umbrela, independent sau în asociere cu imaginea celorlate Brand-uri din cadrul, pe întreaga durată a prezentului Acord și în condițiile prevăzute în cuprinsul prezentului articol 13.4 din Acord. Brand-ul își ia angajamentul de a colabora cu bună-credință în contextul derulării Proiectului, cu scopul creșterii și promovării atât a imaginii și a mărcii, a Proiectului, precum și a imaginii și Mărcii Brand-ului, având ca scop final creșterea comerțului Produselor realizate de către Brand prin sau alte medii online / audiovizuale și/sau, eventual, offline.

Promovare realizată de către Restaurantele Partenere

- 13.7. Părțile agreează că are dreptul de a transfera dreptul de utilizare a Mărcii Brand-ului către Restaurantele Partenere pentru a fi folosită de către acestea în scop de promovare. Părțile agreează că, în acord cu prevederile de drept al concurenței, Restaurantele Partenere participante în Proiect au dreptul de a stabili în mod independent prețul la care vor comercializa Produsele în sau în mediul offline, conform politicii comerciale a fiecăruia și vor putea derula campanii promoționale, în mod independent de Brand, cu respectarea prevederilor art. 13.8 din prezentul Acord. Pentru evitarea oricărui dubiu, Restaurantul Partener rămâne liber și total responsabil de politica sa comercială, fără vreo implicare sau intervenție din partea

- 13.8. În considerarea următoarelor aspecte relevante pentru prezentul Proiect:

- Marca aparține Brand-ului, acesta având o imagine proprie creată în domeniul audiovizualului,
- va crea, stabili și contribui la strategia de marketing și promovare a Produselor din cadrul Proiectului, în baza propriilor politici de promovare aplicabile în mod nediscriminatoriu pentru produsele listate pe aflate în situații similare.

se obligă că va stipula în înțelegerile sale cu Restaurantele Partenere că, pentru orice comunicare de promovare publicitară cu privire la Marcă sau Produse, în alte medii decât pe, va fi necesar acordul prealabil, prin e-mail, al va respecta și în aceste cazuri procedura de obținere a acordului Brand-ului prevăzută la art. 13.4 supra. Pentru evitarea oricărui dubiu, Restaurantul Partener va stabili în mod independent conținutul campaniilor promoționale legate de Produse, însă mesajele/materialele (vizualurile de campanie) publicitare vor fi aprobate anterior de conform prezentului articol 13.8. De asemenea, cu privire la celelalte produse comercializate de acesta, în afara Produselor incluse în Proiect, Restaurantul Partener va stabili în mod independent strategia sa de promovare și marketing, inclusiv conținutul campaniilor promoționale pe care le va desfășura.

- 13.9. Părțile iau la cunoștință și confirmă faptul că lista mărcilor comerciale poate suferi modificări pe parcursul duratei contractuale, având deplină libertate de decizie în acest sens cu privire la mărcile proprii. Brand-ul va informa în scris înainte ca orice modificare asupra Mărcii să aibă loc. Brand-ul va avea dreptul de a modifica Marca sub care vor fi comercializate Produsele ce

fac obiectul acestei colaborări și va comunica acest lucru în scris de îndată către [REDACTED], înainte ca modificarea să aibă loc. Modificarea Mărcii Brand-ului va putea avea loc doar cu acordul prealabil scris a [REDACTED], în considerarea păstrării identității Mărcii promovate și a identității Produselor, având în vedere faptul că [REDACTED] a contribuit la promovarea și dezvoltarea Mărcii respective în baza prezentului Acord.

Promovare offline

- 13.10. În măsura în care Brand-ul va dori extinderea comercializării Produselor sau Părțile vor dori extinderea colaborării, astfel încât comercializarea Produselor de către Partener să fie efectuată și în alte medii sau locații, în afara mediului online, Părțile agreează că [REDACTED] va fi în continuare parte din respectiva colaborare, în considerarea promovării efectuate cu privire la Marca și Produsele Brand-ului și a implicării [REDACTED] în crearea cererii pentru acestea în rândul clienților și va presta în continuare astfel de servicii în baza prezentului Acord. Detaliile colaborării în vederea comercializării Produselor în afara [REDACTED] (în offline), inclusiv dar fără a se limita la comercializare prin intermediul unor caravane mobile de tipul food-truck, vor fi stabilite de Părți prin act adițional la prezentul, pentru fiecare eveniment sau colaborare în parte.
- 13.11. Astfel, Brand-ul va putea beneficia de un buget alocat de către [REDACTED] Z pentru dezvoltarea unei zone de promovare și în mediul offline, eventual prin caravane mobile de tipul Food Truck, în conformitate cu strategia de marketing stabilită de [REDACTED] pentru promovarea Proiectului, acestea fiind caravane mobile puse la dispoziție de către [REDACTED], ce vor fi prezente la evenimente sociale de divertisment selectate de către [REDACTED]. Prin intermediul Food Trucks vor fi comercializate Produsele Brand-ului pentru promovarea Mărcii acestuia în rândul consumatorilor și pentru a crea cerere pentru respectivele Produse, în măsura în care astfel de evenimente vor putea fi organizate în conformitate cu Legea Aplicabilă. Detaliile colaborării în vederea comercializării Produselor prin Food Truck vor fi stabilite de Părți prin act adițional la prezentul, pentru fiecare eveniment sau colaborare în parte.

14. Independența Părților

- 14.1. Brand-ul certifică că este un partener contractual independent și experimentat, având toată pregătirea și expertiza necesare pentru a putea încheia prezentul Acord și pe această cale de a-și asuma obligațiile decurgând din acesta.
- 14.2. Nicio clauza a prezentului Acord nu poate fi interpretată că ar crea o agenție sau asociere în participațiune între Părți.
- 14.3. [REDACTED] nu este subordonat nici Brand-ului și nici celorlalți Participanți la Proiect, este independent față de oricare dintre acestea în executarea obligațiilor sale din prezentul Acord și din contractele încheiate în cadrul Proiectului.

15. Confidențialitate

- 15.1. În prezentul Acord, Informații Confidențiale înseamnă toate datele, statisticile, informațiile, rețetele, procesele, documentele, manuscritele, actele, rețetele, meniul, tehnicile, metodele, desenele, diagramele, discurile, casetele, programele de software, conținutul electronic, materialele și alte informații (în format tangibil sau intangibil) care se referă la activitățile Brand-ului, ale lui [REDACTED] și ale Partenerilor Potențiali, precum și la prezentul Acord, indiferent de modul în care informațiile respective sunt obținute, transmise sau comunicate și indiferent dacă informațiile respective sunt calificate în mod expres drept confidențiale, inclusiv termenii Acordului.
- 15.2. Părțile vor trata și se vor asigura că administratorii, directorii, angajații și/sau agenților și orice altă persoană care acționează pe seama sa, respectivele persoane fiind denumite în mod colectiv

sau individual reprezentanți, vor trata în orice moment ca fiind strict confidențiale toate Informațiile Confidențiale.

- 15.3. În mod special, Părțile se obligă să nu folosească nicio Informație Confidențială decât în contextul activităților și operațiunilor prevăzute în Acord (Scop Permis) și să nu dezvăluie nicio Informație Confidențială niciunei terțe părți decât în Scopul Permis.
- 15.4. Părțile nu vor permite vreunui terț și se vor asigura că niciun terț nu acționează pe baza Informațiilor Confidențiale și nu utilizează Informațiile Confidențiale (indiferent dacă terțul în cauză are sau nu cunoștință că respectivele informații reprezintă Informații Confidențiale), decât în limitele Scopului Permis, respectiv desfășurarea Proiectului.
- 15.5. Părțile se obligă să nu utilizeze, copieze, reproducă sau exploateze (integral sau parțial) Informațiile Confidențiale în niciun alt mod în afara Scopului Permis.
- 15.6. Părțile se obligă să protejeze interesele comerciale ale celorlalte Părți și să ia aceleași măsuri de precauție în scopul protejării Informațiilor Confidențiale astfel cum este de așteptat din partea unei persoane atente și prudente în ceea ce privește propriile sale Informații Confidențiale, precum și să se asigure că orice Informație Confidențială în format electronic transmisă de Brand către o terță parte în Scopul Permis (inclusiv către un Partener Potențial) este într-un format care să asigure securitatea și nealterarea informațiilor, iar Informațiile Confidențiale sunt transmise exclusiv persoanelor autorizate să le primească.
- 15.7. Părțile se obligă să depună toate eforturile în vederea protejării Informațiilor Confidențiale împotriva utilizării neautorizate, prejudicierii, furtului, exploatării, manipulării, modificării, intervenției asupra și/sau utilizării necorespunzătoare a acestora, fără a se limita la utilizarea neautorizată a rețetelor sau a Know-How-ului Brand-ului sau, după caz, aparținând lui [REDACTED], în afara Scopului Permis.
- 15.8. Părțile iau cunoștință de faptul că, în scopul unei conduite loiale, dispozițiile privind confidențialitatea se aplică fără limită de teritorialitate, vor rămâne în vigoare și vor produce efecte pe toată perioada în care Informațiile rămân confidențiale (în special cele privitoare la rețete sau Know-How-ul Brand-ului/lu [REDACTED] atât pe parcursul, cât și după expirarea duratei Acordului și după Data Efectivă, după caz, fără a aduce atingere obligației de returnare a oricăror Informații Confidențiale către Partea căreia îi aparțin.
- 15.9. Părțile trebuie să păstreze în permanență Informațiile Confidențiale și orice informații conexe separat de toate celelalte informații, precum și într-un mediu protejat și sigur.
- 15.10. Partea în culpă va despăgubi și va exonera de răspundere Partea afectată de încălcarea în orice moment de către acesta sau reprezentanții acesteia a obligațiilor în materie de confidențialitate stabilite prin prezentul Acord.
- 15.11. Fără a aduce atingere prevederilor art. 15.8., fiecare Parte recunoaște și este de acord că (între Părți) toate Informațiile Confidențiale sunt și vor rămâne proprietatea unică și exclusivă a Părții care le-a produs sau le-a dobândit potrivit prevederilor prezentului Acord și nicio divulgare a Informațiilor Confidențiale de către Partea care le-a produs sau le-a dobândit potrivit prevederilor prezentului Acord către Partea destinată nu va fi interpretată ca reprezentând acordarea sau conferirea unor licențe, drepturi, titluri de proprietate sau avantaje în raport cu orice parte a Informațiilor Confidențiale, cu excepția celor acordate în mod expres conform prezentului Acord sau a celorlalte contracte încheiate în Proiect.
- 15.12. Obligațiile de confidențialitate menționate mai sus nu se aplică în ceea ce privește Informațiile Confidențiale,
- a) care erau accesibile publicului la data dezvăluirii sau au fost puse la dispoziția publicului ulterior, altfel decât prin încălcarea prezentului Acord,

- b) care au fost dezvăluite Părții de către terți (cu drepturi depline de dezvăluire),
- e)a) care se dovedesc a fi deja cunoscute sau deținute de Parte la momentul dezvăluirii acestora, fără încălcarea prezentului Acord; sau
- d)b) dacă și în măsura în care Partea este obligată prin lege, în baza unei hotărâri judecătorești sau a unui ordin emis de alte autorități publice să dezvăluie Informații Confidențiale. În acest caz, Partea care dezvăluie va notifica Partea căreia aparțin Informațiile Confidențiale cu privire la respectiva obligație în timp util, înainte ca Informațiile Confidențiale să fie dezvăluite sau să fie permis accesul la acestea, astfel încât acesta din urmă să poată preveni, controla și/sau restricționa divulgarea și/sau acordarea accesului.

16. Încetarea Acordului

16.1. Acordul poate înceta în oricare din următoarele situații:

- a) prin acordul ambelor Părți;
- b) prin notificarea intenției de a nu prelungi termenul contractual agreeat, transmisă de oricare dintre Părți până la finalul duratei inițiale sau prelungite în conformitate cu art. 7.2. de mai sus;
- c) prin denunțarea unilaterală de către oricare dintre Părți, cu un preaviz transmis celorlalte Părți cu 90 de zile înainte de data denunțării; în acest caz, Acordul încetează la data arătată în notificare, fără intervenția instanței de judecată și fără vreo altă formalitate prealabilă; prevederile art. 7.3. se aplică și cu privire la această situație de denunțare unilaterală;
- d) prin rezilierea unilaterală de către oricare dintre Părți cu efect imediat, în orice moment, printr-o notificare scrisă, fără intervenția instanțelor de judecată și fără alte formalități, în cazul în care una dintre Părți nu respectă obligațiile contractuale asumate prin Acord; în cazul în care respectiva situație de încălcare este remediabilă, Partea în culpă va beneficia de un termen de preaviz de 30 de zile de la primirea unei notificări scrise de neîndeplinire a obligațiilor (inclusiv pe e-mail), iar dacă Partea notificată nu remediază situația de încălcare în termenul de preaviz, Acordul va fi reziliat de la data împlinirii termenul de preaviz; în acest caz, încetarea se va produce în mod automat, fără intervenția instanțelor de judecată sau alte formalități prealabile la expirarea termenului de preaviz comunicat prin notificarea de preaviz.

16.2. În cazul în care la data încetării prezentului Acord, indiferent de motiv, [REDACTED] are încheiate contracte de colaborare Partenerii Potențiali care sunt încă în vigoare, Brand-ul are obligația de a executa în continuare prezentul Acord pe perioada de maxim 90 zile. Părțile convin că această obligație este necesară și asumată în considerarea faptului că Partenerii Potențiali realizează anumite investiții pentru participarea în Proiect, astfel că nu vor trebui să fie afectați dacă Brand-ul nu dorește extinderea în continuare a activității sale.

16.3. În cazul în care, la data încetării Acordului prin reziliere de către [REDACTED], se află în curs discuții sau negocieri cu unul sau mai mulți Parteneri Potențiali, [REDACTED] își rezervă dreptul de a informa Partenerul sau Partenerii Potențiali că discuțiile ori negocierile au rămas fără obiect și nu vor mai continua.

16.4. Fiecare Parte va despăgubi cealaltă Parte pentru orice daune suferite de acestea din cauza încălcării obligațiilor, declarațiilor sau garanțiilor prevăzute în prezentul Acord, sau la care fiecare dintre Părți este obligată potrivit Legii Aplicable.

17. Protecția datelor cu caracter personal

- 17.1. Fiecare Parte este răspunzătoare în mod independent de respectarea cerințelor legale aplicabile pentru prelucrarea în mod legal a datelor cu caracter personal în contextul activităților sale desfășurate în scopul Acordului. În cazul în care una dintre Părți divulgă orice date cu caracter personal către cealaltă Parte, altele decât conform prevederilor Acordului și decât este necesar în vederea executării acestuia, aceste date vor fi șterse conform regulilor interne ale Părții destinatare, iar Partea destinatară nu își va asuma nicio răspundere pentru această prelucrare, orice divulgări nedorite sau alte incidente fiind în responsabilitatea exclusivă a Părții care divulgă astfel de date.
- 17.2. Pe durata executării acestui Acord, fiecare Parte poate colecta, stoca și utiliza mai multe categorii de date cu caracter personal, inclusiv nume, prenume, număr de telefon, adresă de e-mail, semnătura în legătură cu reprezentanții legali sau angajații celeilalte Părți, sau alte persoane care reprezintă respectiva Parte. Aceste date pot fi colectate de la cealaltă Parte sau direct de la persoana vizată. Prelucrarea datelor cu caracter personal ale persoanelor vizate menționate mai sus este necesară pentru a permite Părților să încheie și să execute Acordul. Pentru a asigura informarea la timp, transparentă și relevantă a persoanelor vizate, conform cerințelor Legii Aplicable, fiecare Parte va întocmi și va fi răspunzătoare pentru conținutul propriei sale note de informare.

18. Reguli de concurență

- 18.1. Brand-ul obligă să se abțină de la orice act, acțiune sau faptă având caracter anticoncurențial sau având ca obiect sau ca efect împiedicarea, restrângerea ori denaturarea concurenței pe piață, în sensul Legii concurenței nr. 21/1996 și/sau Legii 11/1991 privind concurența neloială sau orice alte legi incidente. Prezenta obligație se referă, printre altele, cu titlu de exemplu la (i) obligația de a nu denigra cealaltă Parte sau Partenerii Potențiali, sau produsele/serviciile acestora, realizată prin comunicarea ori răspândirea de informații false despre activitatea respectivilor sau despre produsele acestora, de natură să le lezeze interesele; (ii) obligația de nu deturna clientela celeilalte Partenerilor Potențiali de către un fost sau actual salariat/reprezentant al său ori de către orice altă persoană prin folosirea unor secrete comerciale, pentru care aceștia au luat măsuri rezonabile de asigurare a protecției acestora și a căror dezvăluire poate dăuna intereselor acelor Parteneri Potențiali etc.
- 18.2. Prin deturnare a clientelei, se înțelege determinarea clienților Partenerului Potențial de către persoanele menționate la art. 18.1. de mai sus să achiziționeze produse de la cealaltă Parte, prin utilizarea de mijloace anticoncurențiale, incompatibile cu libera concurență și/sau cu concurența loială, conform art. 18.1. de mai sus și în conformitate cu Legea concurenței nr. 21/1996 și/sau cu Legea 11/1991 privind concurența neloială sau orice alte legi incidente.
- 18.3. În cazul în care Brand-ul încalcă prevederile/obligațiile prevăzute în prezentul articol 18, va fi obligat să plătească către partea prejudiciată (/Partener Potențial) despăgubiri, astfel cum vor fi stabilite printr-o hotărâre judecătorească.

19. Notificări

- 19.1. În accepțiunea Părților, orice notificare, comunicare, permisiune, acord sau aprobare (denumite generic în continuare notificarea) adresată de una dintre acestea celeilalte, este valabil îndeplinită dacă va fi transmisă în scris la adresa și e-mail-ul prevăzut în prezentul Acord (sau la orice altă adresă indicată periodic de partea respectivă pe bază de notificare scrisă):

Pentru : la coordonatele indicate în partea introductivă a acestui Contract de Colaborare

Pentru Brand:

La adresa postala: Bucuresti, Str. Dimitrie Salmen, nr.20 ap.7 sect.2 cu mentiunea in atentia
ADRIAN EDMONDO POPESCU

La adresa de e-mail: popescu@guerrillaradio.ro

- 19.2. În cazul în care notificarea se face pe cale poștală, ea va fi transmisă prin scrisoare recomandată, cu confirmare de primire și se consideră primită de destinatar la data menționată de oficiul poștal primitor pe această confirmare. În cazul în care comunicarea, notificarea sau avizarea se face prin firma de curierat rapid, aceasta se considera primită de destinatar la data menționată pe AWB-ul/dovada de primire a plicului.
- 19.3. Dacă notificarea se transmite prin e-mail, ea se consideră primită în prima Zi Lucrătoare după cea în care a fost expediată.
- 19.4. Notificările verbale nu se iau în considerare de nici una dintre Părți, dacă nu sunt confirmate prin intermediul uneia din modalitățile prevăzute la alineatele precedente.
- 19.5. Orice schimbare a coordonatelor menționate mai sus este opozabilă celeilalte Părți numai din momentul aducerii la cunoștință sa în condițiile prevăzute anterior.

20. Forța Majoră

- 20.1. Cazurile de forță majoră se referă la evenimente independente de voința Părților, imprevizibile și de neînălăturat care pot interveni pe parcursul derulării prezentului Acord și care împiedică Părțile să își execute total sau parțial obligațiile contractuale.
- 20.2. Forța majoră apără de răspundere Partea care o invocă, invocarea evenimentului de forță majoră trebuind să fie adusă la cunoștința celeilalte Părți, în scris, în maxim 10 zile de la apariție, iar dovada forței majore, împreună cu avertizarea asupra efectelor și întinderii posibile a acesteia, se va comunica în maxim 15 zile de la apariție.
- 20.3. Data de referință este data ștampilei poștei de expediere, dovada va fi certificată de Camera de Comerț și Industrie sau alt organism abilitat de legea statului Părții care o invocă.
- 20.4. Partea care a invocat forța majoră are obligația să aducă la cunoștința celeilalte Părți încetarea cauzei acesteia în maxim 15 zile de la încetare.
- 20.5. Dacă în termen de 30 de zile după comunicarea apariției cazului de forță majoră Părțile nu se înțeleg asupra condițiilor contractuale, atunci Partea căruia i s-a comunicat cazul de forță majoră este îndreptățit a ieși din Acord, pe baza unei comunicări scrise care va fi expediată Părții ce este afectată de pe urma cazului de forță majoră.
- 20.6. Dacă aceste împrejurări și consecințele lor durează mai mult de 4 (patru) luni, fiecare Parte poate renunța pe mai departe la executarea prezentului Acord. În acest caz, nici una dintre Părți nu are dreptul de a cere despăgubiri de la cealaltă Parte.
- 20.7. Părțile nu sunt exonerate de răspundere în cazul neexecutării, executării necorespunzătoare sau cu întârziere a unei obligații dacă, înainte de producerea evenimentului de forță majoră se aflau în întârziere cu privire la îndeplinirea obligației respective.
- 20.8. Cazurile care se califică drept cazuri de forță majoră includ, însă nu se limitează la război, operațiuni de război, izbucnirea ostilităților, război și revoluție civilă, insurgențe, revolte, măsuri legislative sau de altă natură cu caracter obligatoriu impuse de autoritățile naționale sau internaționale, greve (cu excepția celor care se limitează la angajații, asociații sau societățile controlate de parte), pandemii, dificultăți în ceea ce privește furnizarea de materii prime, lipsa prelungită sau reducerea materială a utilităților, îngheț, incendiu, etc.

21. Legea Aplicabilă

- 21.1. Acordul este guvernat de Legea Aplicabilă. Părțile convin că orice litigiu, decurgând din sau în legătură cu prezentul Acord, inclusiv referitor la încheierea, executarea ori desființarea lui, se va soluționa de către instanțele competente din România, de la sediul [REDACTED]

21.2. Părțile vor depune toate diligențele pentru soluționarea disputelor pe cale amiabilă, prin intermediul sistemului de soluționare a reclamațiilor. Pentru o soluționare satisfăcătoare, pe cale extrajudiciară, a eventualelor litigii care apar în legătură cu presupusa încălcare a prevederilor legale / contractuale, inclusiv a reclamațiilor care nu au fost soluționate prin intermediul sistemului intern prevăzut mai sus, părțile se pot adresa mediatorilor identificați mai jos:

17.6 [REDACTED] poate modifica lista persoanelor care pot soluționa eventualele dispute prin intermediul medierii, notificând în prealabil Brand-ul .

17.7. Părțile se obligă să participe la procesul de mediere cu bună credință în toate etapele acestuia. Orice încercare de a se ajunge la un acord prin mediere cu privire la soluționarea unui litigiu nu afectează drepturile [REDACTED] și ale Brand-ului de a iniția acțiuni în justiție în orice moment înainte de procesul de mediere, pe parcursul său sau după ce acesta a luat sfârșit, în fața instanțelor competente de la sediul [REDACTED]

22. Dispoziții generale

22.1. Prezentul Acord, inclusiv Anexele sale care fac parte integrantă din acesta, poate fi modificat numai printr-un înscris semnat de fiecare Parte, în cazul în care nu se prevede altfel în prezentul document. Modificările aduse clauzelor sau condițiilor din Acord intră în vigoare numai după semnarea unui act adițional în acest scop, cu excepția situațiile în care s-a prevăzut altfel prin Acord sau prin sau prin actul adițional respectiv.

22.2. În cazul în care o Parte nu acționează în situația în care vreunul din drepturile sale în temeiul prezentului Acord este încălcat, această situație nu va fi considerată drept o renunțare, inclusiv în ipoteza în care va avea loc o situație ulterioară de încălcare.

22.3. În cazul în care orice dispoziție a prezentului Acord este considerată nulă, respectiva nulitate nu va aduce atingere niciunei alte dispoziții contractuale, iar Părțile o vor înlocui cu o dispoziție valabilă, legală și executorie care are efecte cât mai apropiate posibil de intenția economică a Părților.

22.4. Prezentul Acord înlocuiește toate discuțiile, înțelegerile și acordurile anterioare între Părți cu privire la obiectul acestuia. Prezentul Contract se completează cu înțelegerile contractuale încheiate între Părți și care reglementează alte aspecte ale colaborării dintre Părți.

22.5. Brand-ul confirmă că a fost informat cu privire la avantajele și riscurile aferente Proiectului și consecințele Opțiunii de Cumpărare și ale colaborării în baza Acordului.

22.6. Fiecare Parte declară și garantează celeilalte Părți că acest Acord creează obligații valabile, angajante și executorii în conformitate cu termenii acestuia, iar semnarea, încheierea și executarea de către fiecare Parte a acestui Acord au fost autorizate în mod corespunzător prin toate acțiunile corporative necesare, iar Acordul nu contravine, nu încalcă sau nu intră în conflict cu nicio prevedere a documentelor constitutive sau cu nicio lege aplicabilă respectivei Părți. Fiecare Parte are deplina autoritate și putere de a încheia prezentul Acord.

22.7. Brand-ul acceptă în mod expres art. [REDACTED] din prezentul Acord și declară că este pe deplin informat în ceea ce privește efectele juridice și comerciale ale acestora.

22.8. Următoarele Anexe fac parte intergrantă din prezentul Acord

Anexa nr. 1 - Guerrilla Burrito roz este parte integrantă din prezentul Acord.

~~Anexa nr. 2 – Brand-uri rezidente Tazz Republic~~

Anexa 3 – Plan Media Barter

Anexa 4 – Plan Media Brand – pe durata Acordului

23. SEMNATURA ELECTRONICA

Partile agreeaza expres ca [REDACTED] va utiliza propriul proces de semnatura electronica pentru semnarea prezentului Contract, iar Brandul poate alege una dintre cele doua optiuni de mai jos:

- Utilizeaza procesul de semnatura electronica a [REDACTED], pentru a semna prezentul Contract, exprimandu-si in mod expres acordul in acest sens.
- Semneaza olograf/electronic primul si transmite in format Portable Document Format (PDF), ulterior semnarii, catre [REDACTED], in vederea finalizarii semnarii Contractului, prin aplicarea semnaturii electronice.

Indiferent de optiunea aleasa de catre Brand, Partile declara in mod expres ca, daca au folosit procesul de semnatura electronica, sunt supuse obligatiilor implicate de semnatura electronica pe care au aplicat-o pe prezentul Contract. Contractul poate fi executat in orice numar de exemplare, fiecare dintre acestea, ulterior finalizarii procesului de semnare, fiind un document original, iar toate exemplarele impreuna vor constitui unul si acelasi instrument.

Versiunea Contractului transmisa electronic in format Portable Document Format (PDF) are aceeasi forta juridica, pe deplin obligatorie si cu acelasi efect. In masura in care legea aplicabila permite, Partile renunta la orice drepturi pe care le-ar putea avea de a ridica obiectii cu privire la un astfel de tratament.

Partile confirma ca intelegerea pe care o reprezinta termenii din prezentul Contract devine valabila si obligatorie pentru Parti incepand cu data aplicarii ultimei semnaturi electronice asupra Contractului. Asadar, prin aceasta clauza, Partile ratifica in mod expres toate efectele care au fost generate in legatura cu obiectul Contractului incepand cu data mentionata in Contract si pana la data aplicarii ultimei semnaturi electronice.

Acordul a fost semnat în limba română.

[REDACTED]

Reprezentat de: [REDACTED]

În calitate de Administrator

Semnătura:

Data:

RADIO GUERRILLA S.R.L.

Reprezentat de: Popescu Adrian-Edmondo

În calitate de Administrator

Semnătura:

Data:

ANEXA NR. 1 –

*

ANEXA NR. 2 –

*

ANEXA NR. 3 –

*

ANEXA NR. 4

Reprezentat de: _____

În calitate de Administrator

Semnătura:

Data:

RADIO GUERRILLA S.R.L.

Reprezentat de: Popescu Adrian-Edmondo

În calitate de Administrator

Semnătura:
