

الشروط والأحكام القياسية للإعلانات عبر الإنترنت لمشتريات الوسائط لمدة عام واحد أو أقل

يهدف الإصدار 3.0 من الشروط والأحكام القياسية للإعلانات عبر الإنترنت لمشتريات الوسائط لمدة عام واحد أو أقل، إلى تقديم نمط قياسي يتيح لشركات الوسائط الإعلامية والوكالات الإعلانية مباشرة الأعمال بأسلوب مقبول لكلا الطرفين. عند دمج هذه الوثيقة مع طلب الإدراج، فإنها تمثل التفاهم المشترك بين الطرفين فيما يخص الشؤون والصفقات التجارية. وقد لا تغطي هذه الوثيقة بشكل كامل الرعايات والترتيبات الأخرى التي تشتمل على ربط المحتوى أو دمجها، و/أو الإنتاج الخاص، ولكن يمكن استخدامها كأساس لعناصر وسائل الإعلام بتلك العقود. لا تهدف هذه الوثيقة إلى تغطية العلاقة بين الناشر وإحدى الشبكات، أو بين الناشر ومشتريات المُعلن المباشرة.

تعريفات

"الإعلان" يُقصد به أي إعلان تقدمه وكالة إعلانية نيابة عن أحد المعلنين. "المُعلن" يُقصد به المُعلن الذي تعمل الوكالة الإعلانية لصالحه بموجب طلب الإدراج. "المواد الإعلانية" يُقصد بها العمل الفني أو نسخ الإعلانات أو عناوين URL النشطة للإعلانات.

"الشركة التابعة" يُقصد بها أي كيان آخر له حق السيطرة المباشرة أو غير المباشرة أو يخضع للسيطرة المستقلة أو المشتركة لهذا الكيان.

"الوكالة" يُقصد بها الوكالة الإعلانية المدرجة ضمن طلب الإدراج المعمول به.

"مستحقات عرض CPA" يُقصد بها مستحقات عرض الإعلانات المبيعة على أساس تكلفة الاكتساب. "مستحقات عرض CPC" يُقصد بها مستحقات عرض الإعلانات المبيعة على أساس الدفع مقابل كل نقرة. "مستحقات عرض CPL" يُقصد بها مستحقات عرض الإعلانات المبيعة على أساس الدفع مقابل كل عميل محتمل.

"مستحقات عرض CPM" يُقصد بها مستحقات عرض الإعلانات المبيعة على أساس الدفع مقابل كل ألف ظهور.

"استحقاق العرض" أو "مستحقات العرض" يُقصد بها المخزون الذي تُقدمه شركة الوسائط الإعلامية (مثل، عدد مرات الظهور أو النقرات أو أي إجراءات مرغوب فيها).

"طلب الإدراج" يُقصد به طلب الإدراج المتفق عليه بين الطرفين والذي يضمن هذه الشروط، والذي بموجبه تعرض شركة الوسائط الإعلامية للإعلانات على المواقع لمصلحة الوكالة الإعلانية أو المُعلن.

"شركة الوسائط الإعلامية" يُقصد بها الناشر المدرج ضمن طلب الإدراج المعمول به.

"المواقع الإلكترونية لشركة الوسائط الإعلامية" يُقصد بها المواقع الإلكترونية المذكورة في طلب الإدراج والتي تمتلكها شركة الوسائط الإعلامية أو تشغلها أو تخضع لسيطرتها.

"المواقع الإلكترونية للشبكة" يُقصد بها المواقع الإلكترونية المذكورة في طلب الإدراج والتي لا تخضع لملكية شركة الوسائط الإعلامية ولا تشغلها أو تسيطر عليها، لكن لها حقًا تعاقدًا لعرض الإعلانات بها.

"السياسات" يُقصد بها معايير أو مواصفات الإعلانات التي تُتاح إتاحة واضحة، بما في ذلك القيود على المحتوى والمواصفات الفنية وسياسات الخصوصية وسياسات تجربة المستخدم والسياسات المتصلة بالتوافق مع المظهر العام لشركة الوسائط الإعلامية والمعايير المجتمعية الرافضة للفحش أو البذاءة (مع وضع تقسيمات الموقع الذي تظهر عليه الإعلانات في الاعتبار) وأي سياسات تحريرية أو إعلانية، إلى جانب تواريخ تسليم المواد الإعلانية.

"الممثل" يُقصد به فيما يتعلق بأي كيان و/أو فرعه (فروعه) أي مدير أو مسؤول أو موظف أو استشاري أو مقاول أو وكيل أو محام، أو كل ما سبق.

"الموقع" أو "المواقع" يُقصد بها المواقع الإلكترونية لشركة الوسائط الإعلامية والمواقع الإلكتروني للشبكة.

"الشروط" يُقصد بها الشروط والأحكام القياسية للإعلانات عبر الإنترنت لمشتريات الوسائط لمدة عام واحد أو أقل، الإصدار 3.0.

"الجهة الخارجية" يُقصد بها أحد الكيانات أو الأشخاص غير أطراف طلب الإدراج. ولأغراض التوضيح، فإن المُعلن وشركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلانية وأيًا من الشركات التابعة لها أو ممثلها ليسوا جهات خارجية.

"خادم إعلانات من جهة خارجية" يُقصد به إحدى الجهات الخارجية المسؤولة عن عرض الإعلانات أو تتبعها أو كلا الأمرين.

1. أوامر الإدراج وتوفر المخزون

أ. تفاصيل طلبات الإدراج. يجوز لشركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلانية، من وقت لآخر، تحرير أوامر إدراج تخضع للقبول بموجب البند 1 (ب). يحدد كل طلب إدراج ما يلي، حسب الاقتضاء: (1) أنواع وكميات مستحقات العرض، و(2) أسعار تلك المستحقات، و(3) الحد الأقصى من النفقات بموجب طلب الإدراج، و(4) تاريخاً بدء الحملة ونهايتها، و(5) هوية أي خادم إعلانات من جهة خارجية ومعلومات الاتصال الخاصة به. من البنود الأخرى التي يمكن إدراجها، على سبيل المثال لا الحصر: متطلبات رفع التقارير، وأي جدولة لتسليم إعلان خاص و/أو متطلبات وضع الإعلان، بجانب المواصفات المتصلة بملكية البيانات المجمعة.

ب. مدى التوفر؛ القبول. تبذل شركة الوسائط الإعلامية كل الجهود المعقولة من الناحية التجارية لإعلام الوكالة الإعلانية في غضون يومي عمل باستلام طلب الإدراج المُوَقَّع من الوكالة الإعلانية، في حالة عدم توفر المخزون المحدد. يعتبر إجراء أحد الأمرين التاليين بمثابة قبول لطلب الإدراج وهذه الشروط: (1) القبول المكتوب من شركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلانية لطلب الإدراج (ويشمل ذلك التواصل الورقي أو عبر الفاكس أو البريد الإلكتروني، ما لم ينص السياق على غير ذلك في هذه الشروط) أو (2) عرض الوكالة الإعلانية لأول مرة ظهور للإعلان، ما لم يتفق الطرفان على غير ذلك في طلب الإدراج. بالرغم مما ذكر، لا تكون أي تعديلات على طلب الإدراج المقدم ملزمة ما لم تعتمد شركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلانية كتابةً.

ج. المراجعات. تكون أي مراجعات على أوامر الإدراج المقبولة كتابةً ويقراها الطرف الآخر كتابةً أيضاً.

2. وضع الإعلان ومكانه

أ. الإمتثال لطلب الإدراج. تلتزم شركة الوسائط الإعلامية بطلب الإدراج، بما في ذلك كل القيود المفروضة على وضع الإعلان، وتلتزم أيضاً بإنشاء جدول تسليم متوازن منطقيًا، ما لم ينص البند 4 (ج) على غير ذلك. تعرض شركة الوسائط الإعلامية إعلانًا في الموقع المحدد بطلب الإدراج، في إطار النطاق المحدد بطلب الإدراج، عند زيارة أحد مستخدمي الإنترنت لذلك الموقع. تعتمد الوكالة الإعلانية أي استثناءات كتابةً.

ب. التغييرات التي تطرأ على الموقع. تبذل شركة الوسائط الإعلامية قصارى جهودها المعقولة من الناحية التجارية لإخطار الوكالة الإعلانية قبل عشرة أيام عمل على الأقل بأي تغييرات مادية بالموقع قد تؤدي إلى أي تغيير جوهري في الجمهور المستهدف أو إلى أي تأثير مادي على حجم الإعلان أو وضعه، المشار إليهما في طلب الإدراج المعمول به. وعند حدوث مثل هذا التعديل بإخطار أو بدون إخطار، يجوز للوكالة الإعلانية، كسبيل انتصافي وحيد لها وللمعلن فيما يتعلق بذلك التغيير، إلغاء الجزء المتبقي من العرض المتأثر دون غرامة وذلك في غضون مدة الإخطار وقدرها عشرة أيام. وإن لم ترسل شركة الوسائط الإعلامية مثل هذا الإخطار، يجوز للوكالة الإعلانية أن تلغي الجزء المتبقي من العرض المتأثر في غضون ثلاثين يوماً من ذلك التعديل، وفي مثل هذه الحالة لا تتحمل أي أعباء عن أي إعلانات متأثرة تم عرضها بعد ذلك التعديل.

ج. المواصفات الفنية ترسل شركة الوسائط الإعلامية إلى الوكالة الإعلانية المواصفات الفنية النهائية أو تتيحها لها إلكترونياً في غضون يومي عمل من تاريخ قبول طلب الإدراج. أي تغييرات تحدثها شركة الوسائط الإعلامية في مواصفات الإعلانات المشتراة بالفعل بعد يومي عمل تسمح للوكالة الإعلانية بتعليق عرض الإعلان المتأثر لمدة زمنية معقولة (دون التأخير على الموعد النهائي، ما لم يتفق الطرفان على غير ذلك) من أجل: (1) إرسال المواد الإعلانية المنقحة، أو (2) مطالبة شركة الوسائط الإعلامية بتعديل حجم الإعلان على نفقتها الخاصة مع الحصول على الموافقة النهائية من الوكالة الإعلانية على المادة الإبداعية في غضون مدة زمنية معقولة لتحقيق المستويات المضمونة لطلب الإدراج، أو (3) قبول عرض بديل مماثل، أو (4) إن تعذر على الطرفين التفاوض بنية حسنة بخصوص توفير بديل أو عرض بديل مماثل في غضون خمسة أيام عمل، فيجوز إلغاء باقي العرض المتأثر على الفور ودون غرامة.

د. تجاوز الإعلانات. تقر شركة الوسائط الإعلامية بأن بعض المعلنين قد لا تكون لديهم الرغبة في وضع إعلاناتهم بجوار محتوى يروج للخلاعة أو العنف أو استخدام الأسلحة النارية أو يحتوي على ألفاظ بذيئة أو يقع ضمن أي من الفئات الأخرى المذكورة في طلب الإدراج ("توجيهات تجاوز الإعلانات"). تلتزم شركة الوسائط الإعلامية بأن تبذل قصارى جهدها المعقولة من الناحية التجارية للامتثال لتوجيهات تجاوز الإعلانات فيما يتعلق بالإعلانات التي تظهر على المواقع الإلكترونية لشركة الوسائط الإعلامية، إلا أن شركة الوسائط الإعلامية تظل في كل الأوقات محتفظة بالسيطرة التحريرية على مواقعها الإلكترونية. وبالنسبة للإعلانات التي تظهر على المواقع الإلكترونية للشبكة، فقد اتفقت شركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلانية على أن المسؤوليات الوحيدة لشركة الوسائط الإعلامية بخصوص الامتثال لتوجيهات تجاوز الإعلانات هي الحصول على التعهدات التعاقدية من الناشرين المشاركين بشبكته بأنهم سيلتزمون بالتوجيهات المذكورة على كل المواقع الإلكترونية للشبكة مع توفير التدبير الانتصافي المحدد أدناه للوكالة الإعلانية بخصوص انتهاك توجيهات تجاوز الإعلانات على المواقع الإلكترونية للشبكة. وإن اتضح أن الإعلانات تنتهك توجيهات تجاوز الإعلانات، فإن التدبير الانتصافي الوحيد والحصري للمعلن هو تقديم طلب مكتوب يطالب شركة الوسائط الإعلامية بإزالة الإعلانات وتقديم التصحيحات، أو في حالة الاتفاق على تلك التصحيحات، عليه مطالبته بإصدار انتمان للمعلن يعادل قيمة تلك الإعلانات. وإن بدا أن التصحيحات والانتمان غير ممكنين بالنسبة للمعلن من الناحية التجارية، تتفاوض الوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية للتوصل إلى حل بديل. وبعد أن تخطر الوكالة الإعلانية شركة الوسائط الإعلامية بأن بعض الإعلانات انتهكت توجيهات تجاوز الإعلانات، تبذل شركة الوسائط الإعلامية كل الجهود المعقولة من الناحية التجارية لتدارك مثل هذا الانتهاك في غضون 24 ساعة. وإن أثر مثل هذا التصحيح تأثيراً مادياً وسلبيًا على طلب الإدراج المذكور، تتفاوض الوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية بنية حسنة وتتفقان على إجراء تغييرات على طلب الإدراج لمعالجة هذه التأثيرات. وبالرغم مما ذكر، فقد أقرت الوكالة الإعلانية والمعلن ووافقا على أنه ليس من حقهما الحصول على أي تدبير انتصافي لأي انتهاك لتوجيهات تجاوز الإعلانات ينشأ عن أي مما يلي: (1) وضع الإعلانات بأماكن غير المواقع المحددة، أو (2) عرض الإعلانات على مواقع إلكترونية تعلم الوكالة الإعلانية أو كان من المفترض أن تعلم أنها قد تشمل على محتوى قد ينتهك توجيهات تجاوز الإعلانات.

لا تسري الفقرة السابقة على أي صفحة على الموقع تتكون أساساً من محتوى وضعه المستخدم. وبدلاً من ذلك، فإن شركة الوسائط الإعلامية تلتزم بأن تبذل الجهود التجارية المعقولة لتضمن عدم وضع الإعلانات بجوار محتوى ينتهك شروط استخدام الموقع. ويكون التدبير الانتصافي الوحيد للمعلن والوكالة الإعلانية في حالة انتهاك شركة الوسائط الإعلامية هذا الالتزام وهو التقدم بشكاوى مكتوبة إلى شركة الوسائط الإعلامية، والتي ستراجع بدورها تلك الشكاوى وتزيل المحتوى الذي وضعه المستخدم والذي تحدد شركة الوسائط الإعلامية، حسب تقديرها المطلق، أنها معترضة عليه وينتهك شروط استخدام الموقع.

3. الدفع ومسؤولية الدفع

أ. الفواتير. تُرسل شركة الوسائط الإعلامية الفاتورة المبدئية بعد اكتمال تسليم مستحقات العرض عن الشهر الأول أو خلال 30 يوماً من اكتمال طلب الإدراج، أيهما أقرب. سيتم إرسال الفواتير إلى عنوان تحصيل الفواتير من الوكالة الإعلانية من واقع طلب الإدراج وتشتمل هذه الفواتير على المعلومات التي تحددها الوكالة الإعلانية على نحو معقول، مثل رقم طلب الإدراج واسم المعلن والعلامة التجارية واسم الحملة الإعلانية وأي رقم أو معرّف مرجعي يُشار إلى أهميته لإصدار الفواتير على طلب الإدراج. يتم إرسال جميع الفواتير (بخلاف تصحيحات الفواتير التي سبق إرسالها) بموجب طلب الإدراج خلال 90 يوماً من تقديم جميع مستحقات العرض. تقر شركة الوسائط الإعلامية بأن أي إخفاق من جهتها في إرسال فاتورة خلال تلك الفترة قد يؤدي إلى عجز الوكالة الإعلانية من الناحية التعاقدية في تحصيل المدفوعات من المعلن. وإذا أرسلت شركة الوسائط الإعلامية الفاتورة خلال 90 يوماً، ولم تتلقَ الوكالة الإعلانية الأموال ذات الصلة من المعلن أو لم تحصل على موافقة المعلن على إنفاق هذه الأموال، فستبذل الوكالة الإعلانية جهوداً معقولة من الناحية التجارية لمساعدة شركة الوسائط الإعلامية في تحصيل المدفوعات من المعلن أو الحصول على موافقته لإنفاق الأموال.

بموجب طلب من الوكالة الإعلانية، تقدم شركة الوسائط الإعلامية دليل إثبات للأداء خلال الفترة المشمولة بالفاتورة، ويمكن أن يشمل هذا إمكانية الوصول إلى تقارير إلكترونية أو على الإنترنت، على النحو الوارد في هذه الشروط، وبموجب أحكام الإخطار والعلاج في البند رقم 4. وترسل شركة الوسائط الإعلامية فاتورة

إلى الوكالة الإعلانية مقابل الخدمات المقدمة على أساس الشهر الميلادي على أن يستند صافي التكلفة (أي التكلفة بعد خصم عمولة الوكالة الإعلانية، إن وجدت) إلى التسليم الفعلي أو السعر الثابت أو التوزيع المقسم للتسليم خلال مدة طلب الإدراج، على النحو المحدد في طلب الإدراج الساري.

ب. تاريخ الدفع. تقوم الوكالة الإعلانية بالدفع بعد 30 يومًا من تلقّيها الفاتورة أو على النحو الموضح في جدول السداد الوارد في طلب الإدراج. ويجوز لشركة الوسائط الإعلامية إخطار الوكالة الإعلانية بعدم وصول المدفوعات إليها خلال مدة الـ 30 يومًا المذكورة وما إذا كانت تنوي مطالبة المعلن بالدفع مباشرة على النحو المنصوص عليه في البند 3 (ج) أدناه، ويجوز لشركة الوسائط الإعلامية إجراء ذلك بعد تقديم هذا الإخطار بمدة 5 أيام عمل.

ج. الدفع ومسؤولية الدفع. توافق شركة الوسائط الإعلامية على مسؤولية الوكالة الإعلانية وحدها عن الدفع لطالما سدد المعلن الأرباح إلى الوكالة الإعلانية نظير الإعلانات المعروضة بموجب طلب الإدراج، وذلك ما لم تنص الوكالة الإعلانية على خلاف ذلك في طلب الإدراج. وبالنسبة إلى المبالغ التي لم تسدد إلى الوكالة الإعلانية، توافق شركة الوسائط الإعلامية على مسؤولية المعلن وحده عنها. تتقهم شركة الوسائط الإعلامية أن المعلن هو المسؤول الرئيسي عن الوكالة الإعلانية، وأن الوكالة الإعلانية باعتبارها وكيلًا عنه لا تلتزم بأي تعهدات تجاه تلك المدفوعات، سواء مجموعة أو متعددة، ما لم ينص على خلاف ذلك في هذا القسم 3 (ج) والقسم 10 (ج).

توافق الوكالة الإعلانية على بذل كل الجهود المعقولة لتحصيل المدفوعات من المعلن في الوقت المحدد.

يتم إنشاء انتماء الوكالة الإعلانية على أساس كل عميل على حدة.

فإذا لم يُسدد المعلن العوائد المنصوص عليها في طلب الإدراج، لن يتم منع المعلنين الآخرين من الوكالة الإعلانية من الإعلان على الموقع بسبب عدم السداد إذا لم يكن انتماء المعلنين الآخرين معنيًا بهذا الأمر.

ستقدم الوكالة الإعلانية إلى شركة الوسائط الإعلامية، بناءً على طلبها، تأكيدًا يفيد بالعلاقة بين الوكالة الإعلانية والمعلن. ويجب أن يشمل هذا التأكيد، على سبيل المثال، إقرارًا من المعلن بأن الوكالة الإعلانية وكيل له، ومخولة بالتصرف نيابة عنه فيما يتعلق بطلب الإدراج وهذه الشروط. علاوة على ذلك، وبناءً على طلب من شركة الوسائط الإعلامية، ستؤكد الوكالة الإعلانية ما إذا كان المعلن قد سدد أموالاً إليها مسبقًا تكفي لسداد المدفوعات المحددة في طلب الإدراج.

وإذا كان انتماء الوكالة الإعلانية أو المعلن قليلاً أو تعرض لذلك فيما بعد، يجوز لشركة الوسائط الإعلامية طلب الدفع مسبقًا.

4. التقارير

أ. تأكيد بدء الحملة الإعلانية بتعيين على شركة الوسائط الإعلامية، خلال يومي (2) عمل من تاريخ البدء في طلب الإدراج، أن تقدم تأكيدًا للوكالة الإعلانية، سواء أكان هذا التأكيد كتابةً أو بوسيلة إلكترونية، لتوضيح ما إذا كان قد تم بدء تسليم عناصر طلب الإدراج.

ب. تقارير شركة الوسائط الإعلامية إذا كانت شركة الوسائط الإعلامية تعرض الحملة، فيلزمها إتاحة التقارير أسبوعيًا على الأقل، سواء أكان ذلك كتابةً أو بوسيلة إلكترونية، ما لم ينص طلب الإدراج على غير ذلك. سيتم توزيع التقارير بحسب الأيام ويتم تلخيصها بحسب تنفيذ الإعلان ومكان المحتوى (موضع الإعلان) ومرات الظهور والنقرات والإنفاق/التكلفة وغير ذلك من المتغيرات وفقًا لطلب الإدراج (على سبيل المثال، الكلمات الرئيسية).

بعد أن تقدم شركة الوسائط الإعلامية التقرير الإلكتروني أو عبر الإنترنت، فإنها توافق على تمكين الوكالة الإعلانية من الاعتماد عليه على نحو معقول، شريطة تقديم فاتورة شركة الوسائط الإعلامية عن تلك المدة.

ج. العرض التعويضي مقابل الإخفاق في تقديم التقارير إذا أخفقت شركة الوسائط الإعلامية في تقديم تقرير دقيق وكامل في الوقت المحدد، يجوز للوكالة الإعلانية بدء نقاشات تعويضية بموجب البند رقم 6 أدناه. إذا أبلغت الوكالة الإعلانية شركة الوسائط الإعلامية أن الشركة قدمت تقريرًا غير مكتمل أو غير دقيق، أو لم تقدم أي تقرير، يجب على شركة الوسائط الإعلامية علاج هذا الإخفاق خلال خمسة (5) أيام عمل من تاريخ تسلّم هذا الإخطار. وقد يؤدي عدم علاج هذا الإخفاق إلى عدم الدفع مقابل جميع الأنشطة التي بها قصور أو عدم اكتمال في البيانات حتى تقدم شركة الوسائط الإعلامية دليلًا مقنعًا بشأن الأداء، ويتم تقديم هذا التقرير خلال 30 يومًا من معرفة شركة الوسائط الإعلامية بهذا الإخفاق أو خلال 180 يومًا من تقديم جميع مستحقات العرض في حال قصور المعلومات.

5. الإلغاء والإنهاء

أ. دون سبب يجوز للمعلن إلغاء طلب الإدراج بالكامل أو أي جزء منه، إلا إذا كان طلب الإدراج لا يعتبر ذلك مستوجباً للإلغاء، على النحو التالي:

1. إرسال إخطار كتابي مسبق إلى شركة الوسائط الإعلامية قبل أربعة عشر (14) يوماً، بدون تحصيل غرامة، عن أي مستحقات عرض مضمونة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، مستحقات عرض التكلفة لكل ألف ظهور. لأغراض الإيضاح وسرد مثال، إذا أُلغى المعلن الحصاص المضمونة من طلب الإدراج قبل ثمانية (8) أيام من عرض مرة الظهور الأولى، لن يكون المعلن مسؤولاً إلا عن أول ستة (6) أيام من مستحقات العرض تلك.
2. إرسال إخطار كتابي مسبق إلى شركة الوسائط الإعلامية قبل سبعة (7) أيام، بدون تحصيل غرامة عن أي مستحقات عرض غير مضمونة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، مستحقات عرض تكلفة نفرة، أو مستحقات عرض تكلفة عميل محتمل، أو مستحقات عرض تكلفة اكتساب، علاوة على بعض مستحقات عرض تكلفة ألف ظهور غير مضمونة.
3. إرسال إخطار كتابي مسبق إلى شركة الوسائط الإعلامية قبل 30 يوماً، بدون تحصيل غرامة عن أي مستحقات عرض بسعر ثابت أو موضع ثابت، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، الإعلانات الحصرية والمشتريات المحددة بزمان أو بنسبة الإنفاق وبعض أنواع الرعاية القابلة للإلغاء.
4. يظل المعلن متحملاً للمسؤولية أمام شركة الوسائط الإعلامية عن المبالغ المستحقة عن أي محتوى مخصص أو تطوير ("مواد مخصصة") يتم تقديمها للمعلن أو إكمالها بواسطة شركة الوسائط الإعلامية أو مقدم خدمة خارجي قبل تاريخ سريان الإنهاء. بالنسبة إلى طلبات الإدراج التي تنتظر في تقديم مواد مخصصة أو إنشائها، يتعين على شركة الوسائط الإعلامية تحديد المبالغ المستحقة عن هذه المواد المخصصة كعناصر منفصلة. يدفع المعلن مقابل المواد المخصصة خلال 30 يوماً من تلقي فاتورة بها.

ب. لسبب معين يجوز لشركة الوسائط الإعلامية أو الوكالة الإعلانية إنهاء طلب إدراج في أي وقت إذا كان الطرف الآخر متلبساً بخرق مادي للالتزامات الواردة في هذا المستند، شريطة ألا يتم علاج هذا الخرق خلال 10 أيام من تلقي إخطار كتابي بهذا الخرق من الطرف الذي لم يتسبب في الخرق، ما لم تنص هذه البنود على غير ذلك بشأن خروقات معينة. علاوة على ذلك، إذا خرقت الوكالة الإعلانية أو المعلن التزاماته بانتهاك السياسة نفسها ثلاث مرات (وتم تقديم هذه السياسة إلى الوكالة الإعلانية أو المعلن) وتلقى الإخطار في الوقت المناسب عن كل انتهاك، يجوز لشركة الوسائط الإعلامية إنهاء طلب الإدراج أو المواضيع المقترنة بهذا الخرق بموجب إخطار كتابي، حتى إذا عالجت الوكالة الإعلانية أو المعلن هذه الخروقات. إذا لم تعالج الوكالة الإعلانية خرقاً لسياسة خلال مدة العلاج السارية حتى 10 أيام بعد تلقيها إخطاراً كتابياً، يجوز لشركة الوسائط الإعلامية إنهاء طلب الإدراج و/أو المواضيع المقترنة بهذا الخرق بموجب إخطار كتابي، إذا كانت الوكالة الإعلانية قد تلقت هذه السياسة من شركة الوسائط الإعلامية.

ج. إلغاء الأجل القصير. تسري حالات إلغاء الأجل القصير على المشتريات التي يتم إلغاؤها إلى الحدّ الوارد في طلب الإدراج.

6. العوض التعويضية

أ. الإخطار بعدم كفاية العرض تتابع شركة الوسائط الإعلامية عرض الإعلانات وتتولى إخطار الوكالة العلانية سواء كتابة أو بوسيلة إلكترونية في أقرب وقت ممكن (شريطة ألا نقل المدة المتبقية على تاريخ انتهاء طلب الإدراج الساري عن 14 يوماً، ما لم تكن مدة الحملة الإعلانية أقل من 14 يوماً) إذا كانت شركة الوسائط الإعلامية ترى احتمال عدم كفاية العرض. وفي حال وجود احتمال أو تأكيد لعدم كفاية العرض، يجوز للوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية ترتيب عرض تعويضي يناسب هذه الشروط.

ب. الإجراء التعويضي إذا كانت مستحقات العرض الفعلية لأي حملة أقل من المستويات المضمونة، يجوز للوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية الاستعانة بالجهود المعقولة تجارياً للاتفاق على شروط مخرج تعويضي على النحو المبين في طلب الإدراج و/أو عند إسقاط أي إعلان (موضوع أو وحدة إعلانية)، سواء أكان ذلك في طلب الإدراج أو عند حدوث قصور. إذا تعذر الاتفاق على عرض تعويضي، يجوز للوكالة الإعلانية تنفيذ رصيد يساوي قيمة جزء العرض غير الكافي من طلب الإدراج

الذي تم تحصيل رسوم مقابل الحصول عليه. إذا قَدِّمَت الوكالة الإعلانَ دفعة نقدية مسبقة إلى شركة الوسائط الإعلامية، خاصة في طلب إدراج الحملة الإعلانية المعنية بالعرض غير الكافي، يجوز للوكالة الإعلانَ اختيار تلقي رد أموال مقابل العرض غير الكافي بما يساوي الفرق بين الدفع المسبق الساري وقيمة الجزء المعروف من الحملة، في حال معرفة الوكالة الإعلانَ و/أو المعلن على نحو معقول بجميع المبالغ المستحقة لشركة الوسائط الإعلامية بموجب أي اتفاق آخر مع هذا المعلن. ولا يحق لشركة الوسائط الإعلامية بأي وجه تقديم عرض تعويضي أو تمديد أي إعلان بما يتجاوز المدة المحددة في طلب الإدراج بدون موافقة كتابية مسبقة من الوكالة الإعلانَ.

ج. مستحقات العرض غير المضمونة إذا كان طلب الإدراج يحتوي على مستحقات عرض تكلفة اكتساب أو مستحقات عرض تكلفة عميل محتمل أو مستحقات عرض تكلفة نفرة، قد يختلف مدى التوقع والتنبؤ والإحالة الناجحة عن مستحقات العرض هذه وقد لا يكون متاحًا الحصول على عرض مضمون ومساوٍ وعروض تعويضية.

7. مرات الظهور الإضافية

أ. مع وجود خادم إعلانات خارجي عند استفادة الوكالة الإعلانَ من خادم إعلانات خارجي، لن تقدم شركة الوسائط الإعلامية أكثر من 10% زيادة على مستحقات العرض المحددة في طلب الإدراج بدون موافقة كتابية مسبقة من الوكالة الإعلانَ. ويتم عرض مواضع ثابتة وحصرية خلال المدة الزمنية المحددة بغض النظر عن وجود عرض زائد، ما لم يضع طلب الإدراج حدًا أقصى لمرات الظهور في نشاط خادم الإعلانات الخارجي. لن تُحصَل شركة الوسائط الإعلامية أي رسوم من الوكالة الإعلانَ مقابل أي مستحقات عرض إضافية تزيد عن أي مستوى مضمون أو حد أقصى يفرضه طلب الإدراج. في حال الاستعانة بخادم إعلانات خارجي وقيام الوكالة الإعلانَ بإخطار شركة الوسائط الإعلامية أنه تم بلوغ المستوى المضمون أو الحد الأقصى وفقًا لطلب الإدراج، يجوز لشركة الوسائط الإعلامية القيام بالجهود المعقولة تجاريًا لتعليق العرض ويجوز لشركة الوسائط الإعلامية خلال 48 ساعة من تلقي هذا الإخطار: (1) عرض أي إعلانات إضافية بنفسها أو (2) تحمّل المسؤولية عن جميع رسوم عرض الإعلان التصاعدي والسارية التي يتحملها المعلن ولكن في الحالتين التاليتين فقط (أ) بعد تقديم هذا الإخطار، و(ب) إلى الحد الذي يمكن معه ربط هذه الرسوم بزيادة العرض بما يتجاوز 10% من المستوى المضمون أو مستوى الحد الأقصى.

ب. بدون خادم إعلانات خارجي إذا لم تكن الوكالة الإعلانَ تستفيد من خادم إعلانات خارجي، يجوز لشركة الوسائط الإعلامية نشر أي عدد زائد من الوحدات الإعلانَ تختارها ما لم ينص طلب الإدراج على غير ذلك. لن تُحصَل شركة الوسائط الإعلامية أي رسوم من الوكالة الإعلانَ مقابل أي مستحقات عرض إضافية تزيد عن أي مستوى مضمون بموجب طلب الإدراج.

8. القوة القاهرة

أ. يشكل عام باستثناء التزامات الدفع، لن تتحمّل الوكالة الإعلانَ أو شركة الوسائط الإعلامية مسؤولية أي تأخير أو إخفاق في أداء التزاماتها بموجب هذه البنود إذا حدث هذا التأخير أو الإخفاق نتيجة ظروف خارج سلطتها المعقولة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، الحرائق أو الفيضانات أو الحوادث أو الزلازل أو أعطال خطوط الاتصال أو الأعطال الكهربائية أو أعطال الشبكات أو القضاء والقدر أو نزاعات العمل (يُشار إلى هذه الظروف باسم "أحداث القوة القاهرة"). وعندما تعاني شركة الوسائط الإعلامية من هذا التأخير أو الإخفاق، يلزمها القيام بالجهود على النحو المعقول خلال خمسة (5) أيام عمل لاقتراح وسيلة نقل بديلة للإعلان أو مدة زمنية لعملية النقل. وإذا لم تكن المدة الزمنية البديلة أو العرض البديل مقبولاً للوكالة الإعلانَ على نحو معقول، تسمح شركة الوسائط الإعلامية للوكالة الإعلانَ بخفض الحصة التناسبية في المساحة و/أو الوقت و/أو رسوم البرنامج الواردة في هذا المستند ضمن المبلغ المالي المحدد للمساحة و/أو الوقت و/أو رسوم البرنامج عند وقت الشراء. علاوة على ذلك، تتمتع الوكالة الإعلانَ بالاستفادة من الخصومات نفسها التي كانت ستطبق في حال عدم وجود تأخير أو إخفاق.

ب. فيما يتعلق بالدفع إذا تأثرت قدرة الوكالة الإعلانَ المادية على نقل الأموال إلى أطراف أخرى تأثرًا سلبًا بسبب حدث خارج عن السلطة المعقولة للوكالة الإعلانَ، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، حدوث إخفاق في أنظمة المقاصة المصرفية أو حالة طوارئ، فيجب على الوكالة الإعلانَ بذل جميع الجهود المعقولة لتقديم الدفعات في الوقت المناسب إلى شركة الوسائط الإعلامية، وسيتم التفاوضي عن أي تأخير بسبب هذه الظروف خلال مدة وقوع الظرف. رهنًا بما سبق، لن يعفي التفاوضي عن التأخير بأي حال من الأحوال الوكالة الإعلانَ من أي التزام من التزاماتها المتعلقة بالمبلغ المالي الذي كانت ستدفعه بعد استحقاقه بدون حدوث هذا الظرف.

ج. الإلغاء في حال استمرار حدث القوة القاهرة لمدة خمسة (5) أيام عمل، يحق لشركة الوسائط الإعلامية و/أو الوكالة الإعلامية إلغاء ما يتبقى من طلب الإدراج بدون تحمّل غرامة.

9. مواد الإعلان

أ. التسليم تسلّم الوكالة الإعلامية مواد الإعلان بموجب البند 2 (ج) ووفقاً للسياسات القائمة آنذاك لدى شركة الوسائط الإعلامية. تتم الإشارة إلى التعويضات المستقلة لشركة الوسائط الإعلامية عن خرق هذه الأحكام في البند 5 (ج) أعلاه، والبندين 9 (ج) و(د) أدناه، والبندين 10 (ب) و(ج) أدناه.

ب. تأخر تسليم المواد الإعلانية إذا لم يتم تلقي مواد الإعلان في تاريخ بدء طلب الإدراج، ستبدأ شركة الوسائط الإعلامية تحصيل رسوم من المعلن في تاريخ بدء طلب الإدراج على أساس حصة تناسبية استناداً إلى طلب الإدراج الكامل، مع استبعاد الأجزاء التي تتألف من مخزون يعتمد على الأداء وغير مضمون مقابل كل يوم كامل لم يتم تلقي مواد الإعلان فيه. وعند تأخر مواد الإعلان بناءً على السياسات، لن يلزم شركة الوسائط الإعلامية ضمان التسليم الكامل لطلب الإدراج. تتفاوض شركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلامية للخروج بحل عند نجاح تلقي شركة الوسائط الإعلامية جميع مواد الإعلان المطلوبة وفقاً للبند 9(أ) والإخفاق في تدشين حملة إعلانية في تاريخ بدء طلب الإدراج.

ج. الامتثال تحتفظ شركة الوسائط الإعلامية بالحق وفقاً لتقديرها أن ترفض أو تزيل من موقعها الإلكتروني أي إعلانات لا تلتزم موادها الإعلانية أو الرموز البرمجية المقترنة بهذه المواد (مثل علامات بكسل والكلمات المفتاحية وJavaScript) أو الموقع الإلكتروني الذي يرتبط به الإعلان مع سياساتها، أو التي لا تمتثل، وفقاً للتقدير المعقول لشركة الوسائط الإعلامية وحدها، مع أي قانون أو تشريع أو أمر إداري أو قضائي سار. علوة على ذلك، تحتفظ شركة الوسائط الإعلامية بالحق وفقاً لتقديرها أن ترفض أو تزيل من موقعها الإلكتروني أي إعلانات تؤدي أو قد تؤدي موادها الإعلانية أو الموقع الإلكتروني الذي يرتبط به الإعلان إلى انخفاض من شأن شركة الوسائط الإعلامية أو سخرية منها أو ازدراء لها أو لأي من المنتسبين إليها (على النحو الموضح أدناه)، شريطة أنه عندما تراجع شركة الوسائط الإعلامية هذه الإعلانات وتوافق عليها قبل استخدامها على الموقع الإلكتروني، لن تقوم شركة الوسائط الإعلامية بإزالة هذه الإعلانات في الحال قبل بذل الجهود المقبولة تجارياً لطلب بديل مقبول من الطرفين للمواد الإعلانية من الوكالة الإعلامية.

د. المادة الإعلانية التالفة إذا كانت المواد الإعلانية التي تقدمها الوكالة الإعلامية تالفة، أو لا تستوفي مواصفات شركة الوسائط الإعلامية، أو غير مقبولة لسبب آخر، تلتزم شركة الوسائط الإعلامية ببذل الجهود المقبولة تجارياً لإخطار الوكالة الإعلامية خلال يومي عمل (2) من تاريخ تسلّم هذه المواد الإعلانية.

هـ. عدم إدخال تعديلات لن تقوم شركة الوسائط الإعلامية على أي نحو بإدخال أي تعديل أو تحرير على الإعلانات المرسلّة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، تغيير حجم الإعلان بدون موافقة الوكالة الإعلامية. تستخدم شركة الوسائط الإعلامية جميع الإعلانات مع الامتثال الصارم لهذه الشروط وأي تعليمات كتابية يحتوي عليها طلب الإدراج.

و. الكلمات المفتاحية للإعلان يتم عند اللزوم استخدام كلمات مفتاحية في خوادم إعلانات الجهات الخارجية حتى يمكن الاستفادة منها في جميع الأوجه.

ز. استخدام العلامات التجارية المسجّلة لن تستخدم شركة الوسائط الإعلامية من جهة والوكالة الإعلامية والمعلن من جهة أخرى الاسم التجاري للطرف الآخر أو علاماته التجارية المسجّلة أو شعاراته أو إعلاناته في أي إعلان عام (بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر أي إصدارات صحفية) بشأن وجود هذه الشروط أو محتواها أو طلب إدراج دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من الطرف الآخر.

10. التعويض

أ. بواسطة شركة الوسائط الإعلامية تتولى شركة الوسائط الإعلامية الدفاع عن الوكالة الإعلامية والمعلنين إليها وممثليها وتعويضهم وحمايتهم من أي أضرار أو تعويضات أو مسؤوليات أو تكاليف أو نفقات (بما في ذلك رسوم المحاماة المعقولة) (يُشار إلى ذلك إجمالاً باسم "الخسائر") تنشأ عن أي شكوى أو حكم قضائي أو دعوى قضائية (يُشار إلى ذلك إجمالاً باسم "الدعاوى") يرفعها طرف آخر وتنشأ بسبب (1) ادعاء خرق شركة الوسائط الإعلامية للبند رقم 12 أو عن تمثيل شركة الوسائط الإعلامية

و ضماناتها في البند رقم 14(أ) أو (2) عرض شركة الوسائط الإعلامية لأي إعلان على نحو يمثل خرقاً للبند رقم 2(أ) أو البند رقم 9(هـ) أو (3) المواد الإعلانية التي تقدمها شركة الوسائط الاجتماعية لإعلان (وليس من خلال المعلن و/أو كل من ممثليه و/أو المنتسبين إليه) ("المواد الإعلانية لشركة الوسائط الإعلامية") بحيث يحدث: (أ) انتهاك أي قانون أو تشريع أو إجراء قضائي أو إداري سارٍ أو أي حق من حقوق جهة خارجية أو (ب) تشهير أو استخدام ألفاظ بذيئة. وبالرغم مما ذكر، لن تتحمل شركة الوسائط الإعلامية مسؤولية أي خسائر ناتجة عن دعاوى إلى الحد الذي يجعل هذه الدعاوى تنشأ عن (1) تخصيص شركة الوسائط الإعلامية للإعلانات أو المواد الإعلانية بناءً على مواصفات تفصيلية أو مواد أو معلومات يقدمها المعلن و/أو الوكالة الإعلانية و/أو كل من المنتسبين إليه و/أو ممثليه أو (2) مشاهدة مستخدم لإعلان خارج الأهداف المحددة مسبقاً في طلب الإدراج بحيث لا يمكن نسبة المشاهدة مباشرة إلى العرض الذي تقدمه شركة الوسائط الإعلامية لهذا الإعلان على نحو يخرق هذه الأهداف.

ب. بواسطة المعلن يتولى المعلن الدفاع عن شركة الوسائط الإعلامية والمنتسبين إليها وممثليها وتعويضهم وحمايتهم من أي أضرار أو خسائر ناتجة عن أي دعاوى تقدمها جهة خارجية وتنشأ عن (1) ادعاء خرق المعلن للبند رقم 12 أو لتمثيل المعلن و ضماناته في البند رقم 19(أ) أو (2) انتهاك المعلن للسياسات (إلى الحد الذي تم تقديم هذه السياسات به (مثل إتاحة هذه السياسات من خلال تقديم عنوان URL) عبر البريد الإلكتروني أو غير ذلك من الوسائل الإثباتية المقدمة إلى الوكالة الإعلانية أو المعلن قبل 14 يوماً على الأقل من الانتهاك الذي نشأت عنه الدعوى) أو (3) المحتوى أو موضوع أي إعلان أو مواد إعلانية إلى الحد الذي تستفيد منه شركة الوسائط الإعلامية وفقاً لهذه الشروط أو لطلب إدراج.

ج. بواسطة الوكالة الإعلانية تقر الوكالة الإعلانية وتتعهد بأن لديها السلطة كوكيل للمعلن لإجبار المعلن على الخضوع لهذه الشروط وكذلك كل طلب إدراج، وأن كل الإجراءات التي تتخذها الوكالة الإعلانية فيما يتعلق بهذه الشروط وكل طلب إدراج يدخل في نطاق تلك الوكالة. تتولى الوكالة الإعلانية الدفاع عن شركة الوسائط الإعلامية وجميع المنتسبين إليها وممثليها وتعويضهم وحمايتهم من أي أضرار تنتج عن (1) ادعاء خرق الوكالة الإعلانية للأحكام المذكورة أعلاه، أو (2) الدعاوى التي يرفعها مدعٍ من جهة خارجية بأن الوكالة الإعلانية خرقت التزاماتها المحددة والصريحة بموجب البند 12.

د. الإجراء تتولى الأطراف المستحقة للتعويض إخطار الطرف المسؤول عن التعويض في الحال بجميع الدعاوى التي ترد إلى علمها (شريطة ألا يؤدي التأخير أو الإخفاق في تقديم هذا الإخطار إلى إعفاء الطرف المسؤول عن التعويض من التزاماته إلا إلى الحد الذي يكون هذا التأخير أو الإخفاق يجور على حقوق هذا الطرف)، كما تتولى: (1) توفير التعاون المعقول للطرف المسؤول عن التعويض على نفقة الطرف المسؤول عن التعويض فيما يتعلق بالدفاع عن جميع الدعاوى أو تسويتها، و(2) المشاركة بدورها وبنفقتها الخاصة في الدفاع عن جميع الدعاوى. توافق الأطراف المستحقة للتعويض على تمتع الطرف المسؤول عن التعويض بالسلطة الحصرية والمطلقة في الدفاع عن جميع الدعاوى وتسويتها، ولكن شريطة عدم إذعان الطرف المسؤول عن التعويض لأي حكم أو إبرام أي تسوية بما يفرض أي التزام أو مسؤولية على الأطراف المستحقة للتعويض بدون موافقة كتابية مسبقة منها.

11. حدود المسؤولية

باستثناء الالتزامات المفروضة على الوكالة الإعلانية والمعلن وشركة الوسائط الإعلامية بموجب البند رقم 10 أو الأضرار الناتجة عن خرق البند رقم 12 أو إساءة التصرف المتعمدة من قبل الوكالة الإعلانية أو المعلن أو شركة الوسائط الإعلامية، لا يمكن بأي حال من الأحوال أن يتحمل أي من الطرفين المسؤولية عن أي أضرار تبعية أو غير مباشرة أو عرضية أو تأديبية أو خاصة أو اتعاضية مهما كان الأمر، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، الأضرار الناتجة عن خسارة الأرباح أو توقف العمل أو فقد معلومات أو ما يشبه ذلك من الأضرار التي يتحملها طرف آخر وتنشأ عن طلب الإدراج حتى في حالة الإحاطة باحتمال حدوث هذه الأضرار.

12. عدم الإفصاح واستخدام البيانات وملكيته والخصوصية والقوانين

أ. التعريفات والالتزامات تتضمن "المعلومات السرية" ما يلي: (1) جميع المعلومات التي تحمل وصف "سرية" أو "ملكية خاصة" أو أي وصف شبيه يستخدمه الطرف المفتح عن البيانات ("المفتح") عند تقديم البيانات للطرف المتلقي للبيانات ("المتلقي")، و(2) المعلومات والبيانات التي يقدمها المفتح والتي يجب اعتبارها سرية أو ملكية خاصة بموجب الظروف المحيطة بعملية الإفصاح. بدون تقييد ما سبق، يوافق المفتح والمتلقي على اعتبار كل مساهمة من المفتح في تفاصيل طلب الإدراج (على النحو الموضح أدناه) معلومات سرية للمفتح. يحمي المتلقي المعلومات السرية على نحو لا يقل عن حمايته لمعلوماته الخاصة ذات الطبيعة المشابهة، ولكن بمستوى معقول من العناية لا يقل بأي حال من الأحوال عن مستوى حماية معلوماته هذه. لا يجوز للمتلقي الإفصاح عن المعلومات السرية لأحد باستثناء موظف أو وكيل أو منتسب أو طرف خارجي يحتاج إلى معرفتها ويمتثل للالتزامات السرية وعدم الاستخدام بقدر لا يقل من حيث حماية المعلومات السرية عن المعنيين بهذا البند. ولا يجوز للمتلقي استخدام المعلومات السرية للمفتح على نحو بخلاف الموضح في طلب الإدراج.

ب. الاستثناءات بغض النظر عما يرد في هذا المستند خلافاً لذلك، لن يشمل مصطلح "المعلومات السرية" أيًا من المعلومات التالية: (1) المعلومات التي كانت معروفة من قبل للمتلقي، (2) المعلومات التي كانت أو أصبحت متاحة بشكل عام للجمهور بدون تقصير من المتلقي، (3) المعلومات التي كان يحوزها المتلقي عن جدارة بدون أي التزامات سرية سواء قبل أو عند وصول المعلومات من المفتح إلى المتلقي، (4) المعلومات التي قام موظفو المتلقي أو وكلاؤه بتطويرها على نحو منفصل عن "المعلومات السرية" وبدون الرجوع إليها، (5) المعلومات التي قام المفتح بنقلها إلى طرف خارجي غير منتسب بدون أي التزامات سرية. بالرغم مما ذكر، يجوز للمتلقي الإفصاح عن المعلومات السرية للمفتح استجابة لأمر صالح تصدره محكمة أو جهة حكومية على النحو المعمول به في القوانين أو القواعد المتبعة في أي بورصة أوراق مالية، أو عند اللزوم، بهدف إرساء حقوق أي من الطرفين بموجب هذه الشروط، ولكن شريطة تعهد المفتح والمتلقي بتنفيذ أي أوامر لازمة لحماية هذه المعلومات من الإفصاح للجمهور.

ج. تعريفات إضافية لغرض الاستخدام في هذا المستند، تحمل المصطلحات التالية ما يلي من تعريفات:

1. "البيانات الطوعية من المستخدمين" هي المعلومات التي يمكن من خلالها تحديد هوية المستخدمين وتقوم شركة الوسائط الإعلامية بجمعها من أفراد المستخدمين خلال عرض إعلان وفقاً لطلب الإدراج، ولكن ذلك فقط في حالة الإفصاح صراحة لأفراد المستخدمين هؤلاء بأنه يتم جمع هذه المعلومات نيابة عن المعلن فقط.

2. "تفاصيل طلب الإدراج" هي تفاصيل يتم تحديدها في طلب الإدراج، ولكن عند اقترانها صراحة بالمفتح المعني، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، معلومات تسعير الإعلان ووصف الإعلان ومعلومات مواضع الإعلان ومعلومات استهداف الإعلان.

3. "بيانات الأداء" هي البيانات المتعلقة بحملة إعلانية ويتم جمعها أثناء عرض إعلان بموجب طلب الإدراج (على سبيل المثال، معلومات عن عدد مرات الظهور والتفاعلات والعنوان) ولكن باستثناء بيانات الموقع الإلكتروني أو تفاصيل طلب الإدراج.

4. "بيانات الموقع الإلكتروني" هي أي بيانات مما يلي (أ) بيانات خاصة بشركة الوسائط الإعلامية وموجودة لديها من قبل تستخدمها بموجب طلب الإدراج (ب) بيانات يتم جمعها بموجب طلب الإدراج أثناء عرض إعلان وتحدد أو تسمح بتحديد شركة الوسائط الإعلامية أو الموقع الإلكتروني لها أو العلامة التجارية أو المحتوى أو السياق أو المستخدمين بهذا النحو (ج) بيانات يُدخلها المستخدمون على الموقع الإلكتروني لأي شركة إعلامية بخلاف البيانات الطوعية من المستخدمين.

5. "البيانات المجمعة" تتألف من تفاصيل طلب الإدراج وبيانات الأداء وبيانات الموقع الإلكتروني.
6. "تجديد الأغراض" يعني إعادة استهداف مستخدم أو إرفاق بيانات بملف شخصي غير عام يتعلّق بمستخدم ما لأغراض بخلاف أداء طلب الإدراج.
7. "النموذج المجمع" هو نموذج يتم جمع البيانات فيه بموجب طلب الإدراج، ويتألف من بيانات عدة حملات إعلانية لعدة معلّنين، ويحول دون تحديد هوية المعلن سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

د. استخدام البيانات المجمعة

1. لا يجوز للمعلن القيام بما يلي، ما لم تسمح له شركة الوسائط الإعلامية بذلك: (أ) استخدام البيانات المجمعة لتجديد الأغراض، ولكن شريطة السماح باستخدام بيانات الأداء لتجديد الأغراض ما دامت غير مضمومة إلى أي من تفاصيل طلب الإدراج أو بيانات الموقع الإلكتروني، (ب) الإفصاح عن تفاصيل طلب الإدراج الخاصة بشركة الوسائط الإعلامية أو بيانات الموقع الإلكتروني لأي منتسب أو طرف خارجي باستثناء ما ينص عليه البند رقم 12(د)(3).
2. لا يجوز لشركة الوسائط القيام بما يلي، ما لم تسمح لها الوكالة الإعلانية أو المعلن بذلك: (أ) استخدام تفاصيل طلب الإدراج الخاصة بالمعلن أو الإفصاح عنها، وكذلك بيانات الأداء والملف الشخصي المسجّل للمستخدم والنقر على إعلان وأي مما سبق على أساس غير مجمع لهدف تجديد الأغراض أو أي غرض آخر بخلاف الأداء بموجب طلب الإدراج، مع تعويض مقدمي البيانات على نحو يمنع الكشف عن هوية المعلن أو إعداد تقارير داخلية أو تحليل داخلي أو (ب) استخدام أي بيانات طوعية من المستخدمين أو الإفصاح عنها على نحو يخالف الأداء بموجب طلب الإدراج.
3. يطلب كل من المعلن والوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية (تتم الإشارة إلى كل منهما باسم "الطرف القائم بالتحويل") من أي طرف خارجي أو منتسب يستفيد منه الطرف القائم بالتحويل لأداء طلب الإدراج نيابة عن هذا الطرف القائم بالتحويل بأن يمثل للالتزامات السرية وعدم الاستخدام في حدود القيود المفروضة على الطرف القائم بالتحويل كحد أدنى، ما لم يرد غير ذلك في طلب الإدراج.
- هـ. البيانات الطوعية من المستخدمين تُعد جميع البيانات الطوعية من المستخدمين ملكية خاصة بالمعلن، كما تخضع لسياسة الخصوصية التي ينشرها المعلن ويتم اعتبارها معلومات سرية خاصة بالمعلن. وتتم الإشارة إلى أي استخدام آخر لهذه المعلومات في طلب الإدراج على أن يوقّع عليها الطرفان.
- و. سياسات الخصوصية تتولى الوكالة الإعلانية والمعلن وشركة الوسائط الإعلامية نشر سياسات الخصوصية المثبتة لدى كل منها على المواقع الإلكترونية الخاصة بكل منها، مع الالتزام بسياسات الخصوصية التي تراعي القوانين المعمول بها. ويُعد أي إخفاق من جهة شركة الوسائط الإعلامية أو من جهة الوكالة الإعلانية أو المعلن في متابعة نشر سياسة خصوصية أو عدم الامتثال لسياسة الخصوصية هذه بمثابة تهديد لإلغاء طلب الإدراج في الحال من قِبَل الطرف الآخر.
- ز. الامتثال للقانون تلتزم الوكالة الإعلانية والمعلن وشركة الوسائط الإعلامية في جميع الأحيان بجميع القوانين الفيدرالية وقوانين الولاية والقوانين المحلية والمراسيم والتشريعات والقواعد القانونية السارية على أدائهما للالتزامات الخاصة بكل منهما بموجب طلب الإدراج.
- ح. استخدام الوكالة العلانية للبيانات لن تقدم الوكالة الإعلانية على ما يلي: (1) استخدام البيانات المجمعة إلا إذا سُمح للمعلن باستخدام هذه البيانات المجمعة، أو (2) استخدام البيانات المجمعة بطرق غير مسموح للمعلن بها. بغض النظر عن ما ذكر أو ورد في هذا المستند خلافاً لذلك، فإن القيود المفروضة على المعلن في البند 12(د)(1) لا يمنع الوكالة الإعلانية من (أ) استخدام البيانات المجمعة على أساس مجمع لأغراض التخطيط الداخلي للوسائط فقط (وليس لاستخدامها بغرض آخر)،

أو (ب) الإفصاح عن التقييمات النوعية للبيانات المجمعة إلى العملاء والعملاء المحتملين، وإلى شركة الوسائط الإعلامية نيابة عن هؤلاء العملاء أو العملاء المحتملين، لأغراض تخطيط الوسائط الإعلامية.

13. عرض الإعلانات وتتبعها من خلال جهات خارجية (سار في حال وجود خادم إعلانات خارجي)

أ. عرض الإعلانات وتتبعها تنتبغ شركة الوسائط الإعلامية عرض الإعلانات من خلال خادم الإعلانات الخاص بها، وعند موافقة شركة الوسائط الإعلامية كتابياً على الاستعانة بخادم إعلانات جهة خارجية لتنفيذ العرض في مواقعها الإلكترونية، تتولى الوكالة الإعلانية تتبغ عرض الإعلانات من خلال خادم إعلانات الجهة الخارجية هذا. ولا يجوز للوكالة الإعلانية استبدال خادم إعلانات الجهة الخارجية المحدد بدون موافقة كتابية مسبقة من شركة الوسائط الإعلامية.

ب. مقياس التحكم إذا كان الطرفان يتتبعان عرض الإعلانات، يتم تحديد المقياس المستخدم في إعداد فواتير رسوم الإعلانات بموجب ("مقياس التحكم") ضمن طلب الإدراج على النحو التالي:

1. باستثناء ما يرد في البند رقم 13(ب)(3)، يتم الحصول على مقياس التحكم من خادم إعلانات تم اعتماده باعتباره متوافقاً مع إرشادات القياس في مكتب الإعلانات التفاعلية/الجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات ("إرشادات مكتب الإعلانات التفاعلية/الجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات").

2. إذا كان خادما الإعلانات متوافقين مع إرشادات مكتب الإعلانات التفاعلية/الجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات، يتم اعتبار مقياس التحكم خادم الإعلانات الخارجي في حال توفير هذا الخادم واجهة تقارير يومية وآلية تسمح بعرض إحصاءات شركة الوسائط الإعلامية ذات الصلة وغير المملوكة ملكية خاصة في نموذج إلكتروني تعتمد شركة الوسائط الإعلامية، ولكن شريطة أن تحصل شركة الوسائط الإعلامية على إمكانية وصول إلى هذه الواجهة في الإطار الزمني المحدد وفقاً للبند رقم 13(ج) أدناه.

3. إذا لم يكن خادم الإعلانات لأي من الطرفين متوافقاً مع إرشادات مكتب الإعلانات التفاعلية/الجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات أو تعذر الوفاء بالمتطلبات الواردة في الفقرة الفرعية (2) أعلاه، سيعتمد مقياس التحكم على خادم إعلانات شركة الوسائط الإعلامية، ما لم يتم الاتفاق كتابياً على غير ذلك بين الوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية.

ج. الإطلاع على تقارير خادم الإعلانات متى توفر ذلك، يجب على الطرف المسؤول عن مقياس التحكم تمكين الطرف الآخر من الوصول الآلي أو عبر الإنترنت إلى الإحصاءات ذات الصلة وغير المملوكة ملكية خاصة من خادم الإعلانات خلال يوم (1) واحد من تدشين الحملة الإعلانية. ويتولى الطرف الآخر إخطار هذا الطرف بشأن مقياس التحكم إذا لم يحصل ذلك الطرف على إمكانية الوصول إلى مقياس التحكم. وفي حال عدم توفر هذه التقارير الآلية أو عبر الإنترنت، يتولى الطرف المسؤول عن مقياس التحكم توفير تقارير أنشطة على مستوى الموضوع للطرف الآخر في الوقت المناسب ووفقاً للاتفاق المشترك بين الطرفين أو وفقاً لما ينص عليه البند رقم 4(ب) أعلاه في حال عرض الإعلانات بواسطة شركة الوسائط الإعلامية. وإذا تتبغ الطرفان الحملة الإعلانية من البداية وأخفق الطرف المسؤول عن مقياس التحكم في توفير إمكانية الوصول هذه أو توفير التقارير على النحو الموضح في هذا المستند، يجوز للطرف الآخر استخدام إحصاءات خادم الإعلانات أو تقديمها باعتبارها أساس حساب فواتير عرض الإعلانات الحملة. ويجوز منح إمكانية الوصول تلك للإخطار، مثل معلومات تسجيل الدخول أو دمج وظيفة التقارير الآلية، حيث يسري ذلك على جميع طلبات الإدراج الحالية والمستقبلية لمعلن واحد أو أكثر، وفي هذه الحالة لا يلزم توفير إمكانية وصول جديدة لكل طلب إدراج.

د. مقياس الفارق في حال وجود فارق بين مقياس التحكم والمقياس الآخر بما يتجاوز 10% خلال مدة الفوترة وكان مقياس التحكم أقل، يتولى الطرفان تسهيل جهود التسوية بين شركة الوسائط الإعلامية ومقاييس خادم الإعلانات الخارجي. إذا تعذر حل الاختلاف مع بذل جهود عن حسن نية لتسهيل التسوية، تحتفظ الوكالة الإعلانية بالحق في أي مما يلي:

1. اعتبار الاختلاف إخلالاً بمستحقات العرض الواردة في البند رقم 6(ب) وبناءً عليه يتصرف الطرفان وفقاً لذلك البند، بما في ذلك مطلب بذل الوكالة الإعلانية وشركة الوسائط الإعلامية جهوداً للاتفاق على شروط مخرج تعويضي ويتم قياس أي عرض بديل بالاستعانة بخادم الإعلانات الخارجي أو

2. دفع الفاتورة بناءً على بيانات تقرير مقياس التحكم، بالإضافة إلى نسبة 10% كتسوية لرفع مستوى عرض الإعلان.

هـ. طريقة القياس تبذل شركة الوسائط الإعلامية الجهود المعقولة في نشر - وتبذل الوكالة الإعلامية الجهود المعقولة التي تسمح لخدام الإعلانات الخارجي بنشر- إفصاح داخل النموذج الذي يحدده مكتب الإعلانات التفاعلية/الجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات بشأن الطرق الخاصة به في قياس عرض الإعلانات من حيث التوافق مع إرشادات مكتب الإعلانات التفاعلية/الجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات.

و. تعطلّ خادم الإعلانات الخارجي عند استعانة الوكالة الإعلامية بخادم إعلانات خارجي وعدم تمكّن خادم الإعلانات الخارجي من عرض الإعلان، يكون من حقّ الوكالة الإعلامية لمرة واحدة تعليق العرض مؤقتًا بموجب طلب الإدراج لمدة تصل إلى 72 ساعة. وبموجب إخطار كتابي من الوكالة الإعلامية عن تعطلّ خادم الإعلانات الخارجي، يكون لدى شركة الوسائط الإعلامية 24 ساعة لتعليق العرض. وبعد هذه المدة، لن تتحمل الوكالة الإعلامية مسؤولية الدفع مقابل أي إعلان يتم عرضه خلال مدة الـ 72 ساعة التالية حتى يتم إخطار شركة الوسائط الإعلامية بقدرة خادم الإعلانات الخارجي على عرض الإعلانات. بعد مرور مدة الـ 72 ساعة وعدم تقديم الوكالة الإعلامية لإخطار كتابي يفيد بأنه يمكن لشركة الوسائط الإعلامية استئناف العرض بموجب طلب الإدراج، يدفع المعلن مقابل الإعلانات التي كان سيتم عرضها أو تم عرضها بعد 72 ساعة إذا لم يحدث التعليق، ويمكنه اختيار شركة وسائط إعلامية لعرض الإعلانات حتى يتمكن خادم الإعلانات الخارجي من عرض الإعلانات. إذا لم تختار الوكالة الإعلامية أن تعرض شركة الوسائط الإعلامية الإعلانات حتى يتمكن خادم الإعلانات الخارجي من عرض الإعلانات، يجوز لشركة الوسائط الإعلامية استخدام المخزون الذي كان سيتم استخدامه مع الإعلانات الخاصة بشركة الوسائط الإعلامية أو الإعلانات المقّمة بواسطة جهة خارجية.

ز. اكتمال إصلاح خادم الإعلانات الخارجي بموجب وصول إخطار يفيد بأن خادم الإعلانات الخارجي أصبح يعمل، سيكون لدى شركة الوسائط الإعلامية مهلة مدتها 72 ساعة لاستئناف عرض الإعلان. وسيؤدي أي تأخير في استئناف عرض الإعلان بعد هذه المدة بدون توضيح معقول إلى استحقاق تقديم عرض بديل من شركة الوسائط الإعلامية إلى الوكالة الإعلامية.

14. بنود متنوعة

أ. الحقوق اللازمة. تتعهد شركة الوسائط الإعلامية وتضمن توفّر جميع التصاريح والترخيص اللازمة لبيع مستحقات العرض المحددة في طلب الإدراج بموجب هذه الشروط. يتعهد المعلن ويضمن توفّر جميع التراخيص والتصاريح اللازمة لدى المعلن لاستخدام محتوى الإعلانات والمواد الإعلامية على النحو الموضّح في طلب الإدراج وبموجب هذه الشروط، بما في ذلك أي سياسات سارية.

ب. نقل ملكية الحقوق لا يجوز للوكالة الإعلامية أو المعلن إعادة بيع أي من حقوقه أو التزاماته الواردة في هذا المستند أو نقل ملكيتها، وسيتم اعتبار أي محاولة لإعادة بيع هذه الحقوق أو الالتزامات أو نقل ملكيتها بدون موافقة كتابية مسبقة من شركة الوسائط الإعلامية إجراءً باطلاً ومُلغى. تُعتبر جميع الشروط والأحكام الواردة ضمن هذه الشروط وكل طلب إدراج شروطاً ملزمة وتعود بالنفع على طرفي هذا المستند ومن تنتقل الملكية إليه منهما ومن يخلفهما في الحقوق.

ج. كامل الاتفاقية يمثل كل طلب إدراج (بما في ذلك الشروط) كامل الاتفاقية بين الطرفين من حيث موضوع الاتفاقية ويحل محلّ جميع المراسلات والتفاهات والتمثيلات والاتفاقيات السابقة، سواء أكانت في صيغة شفوية أم كتابية، بين الطرفين ومن حيث موضوع طلب الإدراج. يُحرر طلب الإدراج بأي عدد من النسخ، يكون كل منها نسخة أصلية، وتُعد جميعها بمثابة مستند واحد.

د. النزاعات والقانون الساري والتعديل عند ظهور أي تعارض بين شروط طلب إدراج وهذه الشروط، تكون العبرة بشروط طلب الإدراج. وتخضع جميع طلبات الإدراج للقوانين السارية في ولاية [_____]. توافق كل من شركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلامية (نيابة عن المعلن) على اعتبار أي دعوى أو إجراءات قانونية أو إجراءات تقاضي تنشأ بسبب طلب الإدراج

بما في ذلك هذه الشروط) من اختصاص [_____]، كما يوافق الطرفان على السلطة القضائية لتلك المحاكم. لن يكون أي تعديل لهذه الشروط ملزماً ما لم يكن كتابياً وموقعاً من الطرفين. وإذا حُكم على أي من النصوص الواردة في هذا المستند بأنها غير إلزامية، تظل بقية النصوص سارية بالكامل ونافاذة المفعول. تُعد جميع الحقوق والتعويضات الواردة في هذا المستند تراكمية.

- هـ. الإخطار يتم اعتبار أي إخطار مطلوب تسليمه بموجب هذا المستند قد تم تسليمه بعد ثلاثة أيام من إيداعه أو دفع رسومه البريدية في البريد الأمريكي أو وصول إشعار باستلامه، وبعد يوم عمل واحد في حال إرساله من خلال إحدى شركات النقل السريع، وفي الحال عند إرساله إلكترونياً أو عبر الفاكس. يتم إرسال جميع إخطارات شركة الوسائط الإعلامية والوكالة الإعلانية إلى طرف الاتصال المشار إليه في طلب الإدراج مع إرسال نسخة إلى إدارة الشؤون القانونية. ويتم إرسال جميع إخطارات المعلن إلى العنوان الموضح في طلب الإدراج.
- و. سريان المفعول بعد الإنهاء أو الانتهاء تسري البنود رقم 3 و6 و10 و11 و12 و14 بعد إنهاء هذه الشروط أو انتهائها، ويسري البند رقم 4 لمدة 30 يوماً بعد إنهاء هذه الشروط أو انتهائها. علاوة على ذلك، يجب على كل طرف إرجاع المعلومات السرية الخاصة بالطرف الآخر أو التخلص منها بموجب طلب كتابي، مع إزالة الكلمات المفتاحية للمواد الإعلانية والإعلانات عند إنهاء هذه الشروط.
- ز. العناوين يتم استخدام عناوين البنود أو الفقرات الواردة في هذه الشروط لأغراض مرجعية فقط، ولا يجوز استخدامها في تفسير هذا المستند.