



---

## أنظمة

---

## أنظمة حماية المستهلك

النسخة 1.4

تاريخ الإصدار: 20 مارس 2019

---

---

الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات  
ص.ب. 26662، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة  
[www.tra.gov.ae](http://www.tra.gov.ae)

---

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

## المحتويات

1	المقدمة	4
2	التعريف والتفسير	4
3	أحكام عامة	8
4	تقديم المعلومات إلى المستهلكين	8
5	تقديم عقود المشتركين	11
6	رسوم إنهاء العقد	13
7	فترة إلغاء الخدمة بدون غرامة	13
8	تفعيل / إيقاف خدمات الاتصالات	16
9	شفافية الأسعار ومراقبة استهلاك الخدمات	17
10	أسقف استخدام البيانات المتنقلة	18
11	الإشعار بشأن الزيادة في الأسعار والإشعار بشأن تكاليف التجوال	19
12	فواتير وإيصالات المشتركين	20
13	الشفافية في سرعات النطاق العريض الثابت	21
14	تفعيل وإيقاف الخدمات الإضافية	21
15	سياسات الاستخدام العادل	23
16	فصل الخدمة بسبب عدم دفع الفواتير	24
17	إصلاح الأعطال واستعادة الخدمة	24
18	خصوصية معلومات المشتركين	24
19	معلومات الدليل الإلكتروني واستعلامات الدليل	26
20	شكاوى ونزاعات المستهلكين	28
21	تدقيق أنظمة الفواتير	29
22	الإعلان	30
23	نشر اللائحة	34
24	الأحكام الختامية وتاريخ السريان	34

## الملاحق

- الملحق 1: إجراءات تسوية نزاعات المستهلكين في الهيئة
- الملحق 2: إجراء تقديم شكوى بشأن الممارسات التسويقية من قبل المرخص لهم

## 1. المقدمة

- 1.1. ينص البند 3 من المادة 14 من المرسوم بقانون اتحادي رقم 3 لسنة 2003 بشأن تنظيم قطاع الاتصالات وتعديلاته (ويسمى هنا فيما بعد "المرسوم بقانون") على منح الهيئة صلاحية إصدار الأنظمة والتعليمات والقرارات والقواعد المنظمة لشروط ومستوى ونطاق الخدمات التي يقدمها المرخص لهم للمشاركين... بما في ذلك معايير وجودة الخدمات المقدمة وشروط تقديم الخدمات والفصل في شكاوى المشاركين والنزاعات وتزويد المشاركين بالمعلومات واستخدام المعلومات الخاصة بالمشاركين وتزويدهم بالفواتير.
- 1.2. تم إصدار هذه الأنظمة عملاً بأحكام المرسوم بقانون والصلاحيات المنوطة بالهيئة.
- 1.3. تطبق هذه الأنظمة على جميع المرخص لهم في الدولة. وعلى المرخص لهم إلزام وكلائهم وشركائهم وممثليهم بالالتزام بهذه الأنظمة.
- 1.4. تعتبر هذه اللائحة إضافة ومكملة للقوانين الأخرى النافذة في الدولة والإطار التنظيمي للهيئة. ولا يوجد شيء في هذه اللائحة يمكن تفسيره على أنه تنازل أو تعديل في الالتزامات بالامتثال لأية قوانين أخرى نافذة في الدولة.

## 2. التعاريف والتفسير

- 2.1. تدل المصطلحات والكلمات والعبارات المستخدمة في هذه الأنظمة على نفس المعاني المحددة لها في المرسوم بقانون ما لم تنص هذه الأنظمة على خلاف ذلك صراحةً أو إذا اقتضى السياق الذي يتم فيه استخدام هذه المصطلحات والكلمات والعبارات في هذه الأنظمة خلاف ذلك. ولأغراض هذه الأنظمة، تعني المصطلحات والكلمات التالية المعاني المبينة قرين كل منها أدناه:
  - 2.1.1. "الخدمة الإضافية" تعني - أي خدمة اختيارية من غير خدمات الاتصالات يقدمها الشريك أو المرخص له بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر: الألعاب والمحتوى والتطبيقات وخدمات الرنين ومنتجات الطرف الثالث وخدمات الطرف الثالث وما إلى ذلك، حيث يتم تحصيل رسوم هذه الخدمة (الخدمات) الإضافية من قبل المرخص له المعني عن طريق حساب المشترك؛
  - 2.1.2. "الإعلان" يعني - الإعلانات المباشرة أو غير المباشرة أو الأنشطة التسويقية أو الترويجية أو العلامات التجارية أو أي نشاط آخر يكون له نفس التأثير أو تأثير مشابه والذي يتم للترويج لمنتج أو خدمة أو شخص ما للمستهلكين.
  - 2.1.3. "المعلن" يقصد به أي شخص يقوم بالإعلان، كما يرد وصفه في المادة الفرعية 22.1 وبقدر ما يكون قابلاً للتطبيق في المادة الفرعية 22.26 من هذه الأنظمة؛
  - 2.1.4. "الوسائل والمواد الإعلانية" تعني أي مواد مستخدمة للإعلانات وتشمل على سبيل المثال لا الحصر، الصحف والمجلات والكتيبات والمنشورات والتعاميم والرسائل البريدية والإلكترونية والإرسالات النصية والإرسال عبر الفاكس والكتالوجات والنشرات المرفقة والمواقع الإلكترونية ومنصات وسائل الإعلام الاجتماعية وغير من المواد الإلكترونية والمطبوعة؛ والملصقات (Posters) ووسائل الإعلام الترويجية الأخرى في الأماكن العامة، بما في ذلك الصور المتحركة والإعلانات السينمائية والمرئية والإعلانات في وسائل الإعلام الإلكترونية، بما فيها وسائط البث الإعلامي والإعلانات الإلكترونية في المساحات المدفوعة الثمن، مثلاً الإعلانات اللوحية (Banner ads) والإعلانات المنبثقة (Pop-up ads)؛ والتصريحات العامة من قبل المرخص

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

لهم ووكلائهم وممثليهم، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، التصريحات سواء الصادرة أو الموضوعة لأخذها بالاعتبار أم لا، أو تلك الصادرة في المقالات الإخبارية والبيانات الصحفية ووسائل الإعلام الإلكترونية وتشمل الإنترنت ووسائل البث الإعلامي، وفي المنتديات العامة؛

2.1.5. **"الشريك الإعلاني"** يعني - أي شخص يمكن تفسيره بشكل معقول على أنه موزع أو تاجر أو وكيل أو متعاقد من الباطن أو ممثل للمعلن؛

2.1.6. **"الإعلانات المقارنة"** تعني - الإعلانات التي تقوم بأي شكل من الأشكال (صراحةً أو ضمناً) على تحديد المنافس أو المنتج أو الخدمة التي يوفرها المنافس؛

2.1.7. **"المستهلك"** يعني - أي شخص، سواء كان شخصاً طبيعياً أم اعتبارياً باستثناء المرخص له، يستهلك أو قد يستهلك خدمة الاتصالات العامة المقدمة من قبل المرخص له؛

2.1.8. **"شكوى المستهلك"** تعني - أية مراسلات أو اتصالات مسجلة عن طريق أية وسيلة ممكنة في أي مكان معتمد من قبل المرخص له لهذه الأغراض، يقوم المشترك بتقديمها ويعبر فيها عن عدم رضاه أو تظلمه بشأن تعامل المرخص له مع حسابه أو بشأن تقديم المرخص له لخدمة الاتصالات العامة لذلك المشترك، أو من مستهلك يعبر عن عدم رضاه أو تظلمه بشأن موضوع يقع ضمن النطاق المباشر لأعمال المرخص له بحيث يكون للمستهلك بعض من المصلحة المشروعة في ذلك؛

2.1.9. **"نزاع المستهلك"** يعني - أية مراسلات أو اتصالات تقبلها الهيئة من المستهلك ويعبر فيها عن عدم رضاه أو تظلمه من النتيجة التي آلت إليها شكواه أو حول أمور تقع ضمن النطاق المباشر لأعمال المرخص له بحيث يكون للمستهلك بعض من المصلحة المشروعة فيها؛

2.1.10. **"الحد الأقصى للاستخدام"** يعني - حد ثابت أو سقف مفروض من قبل المرخص لهم على بيانات الأجهزة المحمولة<sup>1</sup> بحيث لا يمكن للمستهلك بعد تجاوزه مواصلة استهلاك البيانات دون القيام بإجراءات محددة كما هو مبين في هذه الأنظمة.

2.1.11. **"السعر داخل الباقة"** يعني - السعر الفعلي لكل ميجابايت بالدرهم الإماراتي المطبق من قبل المرخص لهم على استهلاك البيانات المتنقلة في الحالات التي يكون فيها المستهلك قد اشترك في باقة بيانات ويستهلك البيانات ضمن مخصص البيانات لباقة معينة.

2.1.12. **"السعر بدون باقة"** يعني - السعر الموحد لكل ميجابايت بالدرهم الإماراتي الذي يحصله المرخص لهم مقابل استهلاك البيانات المتنقلة في الحالات التي لا يكون فيها المستهلك قد اشترك في باقة بيانات مناسبة.

2.1.13. **"كلمة المرور لمرة واحدة"** أو "OTP" تعني - سلسلة من الأحرف يتم إرسالها إلى المستخدم بالوسائل الإلكترونية، ويكون لها صلاحية محدودة، ويتم استخدامها لغرض التحقق من هوية المستخدم لمعاملة واحدة فقط.

2.1.14. **"الفترة خارج الباقة"** تعني - الفترة الزمنية، سواء تم قياسها بالساعات أو الأيام أو الأسابيع أو الأشهر، بدءاً من بعد استخدام المستهلك لكامل مخصص البيانات وتنتهي في الوقت الذي يتم فيه تجديد باقة البيانات تلقائياً. على سبيل المثال: إذا كانت باقة البيانات اليومية تجدد تلقائياً في منتصف

<sup>1</sup> جميع مخصصات البيانات المتنقلة المشمولة في أي باقة، سواء كانت باقة خدمية واحدة تتضمن البيانات المتنقلة فقط، أو باقة خدمية متعددة تشمل البيانات المتنقلة إلى جانب مزايا أخرى مثل عدد معين من دقائق المكالمات الصوتية و/أو الرسائل النصية القصيرة وفي حالة الباقات الخدمية المتعددة، ينطبق الحد الأقصى للاستخدام على البيانات المتنقلة فقط.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

الليل واستخدم المستهلك كامل رصيد البيانات في تلك الباقة بحلول الساعة 14:45، فستكون مدة الفترة خارج الباقة 9 ساعات و15 دقيقة.

2.1.15 "السعر خارج الباقة" يعني - السعر الموحد لكل ميغابايت بالدرهم الإماراتي الذي يحصله المرخص لهم خلال الفترة خارج الباقة مقابل استهلاك البيانات المتنقلة خارج مخصص البيانات في أي باقة من باقات البيانات.

2.1.16 "الشريك" يعني - الشخص الذي يتعامل مع المرخص له بحيث يتم تحصيل رسوم عن الخدمات الإضافية (المنتجات والخدمات والتطبيقات والألعاب والنغمات وغيرها) المزودة من ذلك الشخص، من قبل المرخص له عن طريق حساب المشترك سواء تم تحصيلها فوراً من خلال خصم الرصيد أو تحصيلها في مرحلة لاحقة من خلال فاتورة آجلة الدفع.

2.1.17 "البيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام" تعني - أي خدمة أو نظام مقدم من المرخص له يتم بموجبه احتساب رسوم على استهلاك البيانات حين استخدامها بحيث يتناسب المبلغ الذي يحصله المرخص له مع حجم البيانات المستخدمة من قبل المستهلك. ملاحظة: في سياق هذه الأنظمة، يجب أن يكون للمصطلح PAYG (أو الدفع حسب الاستخدام أو pay as you go) نفس المعاني المحددة في أنظمة الدفع المسبق (حيث يتم خصم رسوم البيع بالتجزئة حال نشوئها من الرصيد المدفوع مسبقاً) وفي أنظمة الدفع الآجل (حيث يتم تحصيل الرسوم في وقت ما بعد نشوئها وفقاً لدورة إصدار الفواتير المحددة للمستهلك المعني).

2.1.18 "الحد الأقصى للاستخدام الخاص بالبيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام" يعني - حد ثابت أو سقف مفروض من قبل المرخص لهم على الرسوم التي يتكبدها المشتركون من خلال استهلاك البيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام في أي يوم كما هو موضح في المادة 10 من هذه الأنظمة.

2.1.19 "سقف الحد الأقصى للاستخدام الخاص بالبيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام" يعني - القيمة النقدية للحد الأقصى الخاص بالبيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام.

2.1.20 "فترة إلغاء الخدمة بدون غرامة" تعني - الفترة الزمنية، على النحو المحدد في المادة 7 من هذه الأنظمة، والتي يمكن للمشارك خلالها وفي ظروف معينة إلغاء عقد تقديم خدمات الاتصالات والخروج منه دون تكبد رسوم الخروج المبكر التي يمكن لولا ذلك فرضها؛

2.1.21 "الشخص" يعني - أي شخص طبيعي أو اعتباري؛

2.1.22 "رسالة تأكيد ما بعد الاشتراك" أو "PSCM" تعني - إشعار مكتوب، كما هو محدد في المادة الفرعية 4.2، والذي يتم إرساله للمشارك تحت ظروف معينة وفقاً لهذه الأنظمة؛

2.1.23 "الرقم المميز" يعني - رقم هاتف ثابت أو متحرك أو رمز قصير للمكالمات الصوتية أو الرسائل النصية حيث يتم من خلالها احتساب رسوم أعلى من التسعيرة الاعتيادية على المستهلك أو المشترك لإجراء مكالمات صوتية محلية أو إرسال رسالة نصية؛

2.1.24 "السعر" يكون له المعنى المقابل لنفس المصطلح في السياسة والإجراءات التنظيمية لضبط الأسعار، النسخة 1.0، الصادرة في 28 يونيو 2017؛

2.1.25 "الأنظمة" أو "هذه الأنظمة" تعني - أنظمة حماية المستهلك، بما في ذلك أية ملاحق بها، التي تصدرها الهيئة وبصيغها المعدلة من وقت لآخر؛

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

2.1.26. "الإطار التنظيمي" يعني - المجموعة الكاملة من القرارات والترخيص والتصاريح والسياسات والأنظمة والتعليمات والتوجيهات والأوامر والقرارات الإلزامية والتقارير والإجراءات والإرشادات وغيرها من الأدوات التنظيمية الأخرى التي قد يتم إصدارها ومن ثم تعديلها من قبل الهيئة من وقت لآخر.

2.1.27. "المشترك" يعني - الشخص، باستثناء المرخص له، الذي يبرم عقداً مع المرخص له لتزويد ذلك الشخص بخدمات الاتصالات؛

2.1.28. "معلومات المشترك" تعني - أية بيانات شخصية تتعلق بمشترك معين، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، اسم ذلك الشخص وعنوانه وتفاصيل حسابه المصرفي وتفاصيل بطاقة ائتمانه وتفاصيل استخدام الخدمة وسجلات الاتصالات وسجلات الرسائل وأية معلومات مستسقة من استخدام المشترك لخدمات الاتصالات وحالة الحساب وتاريخ الدفع ومعدل الائتمان؛

2.1.29. "قانون الاتصالات" يقصد به - المرسوم بقانون اتحادي رقم 3 لسنة 2003 بشأن تنظيم قطاع الاتصالات وتعديلاته،

2.1.30. "التعليمات المؤقتة" تعني - التعليمات التي قد تصدرها الهيئة عملاً بالمادة الفرعية 3.7 من هذه الأنظمة؛

2.1.31. "الهيئة" تعني - هيئة تنظيم الاتصالات والتي تعتبر الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات استناداً لأحكام المادة (6) من المرسوم بقانون (قانون الاتصالات)؛

2.2. في تفسير أحكام هذه الأنظمة وما لم تنص الأنظمة صراحةً على خلاف ذلك، أو تطلب السياق خلاف ذلك:

2.2.1. يتم تفسير الكلمات التي تشير إلى جنس ما على أنها تشير إلى جميع الأجناس؛

2.2.2. يتم تفسير الكلمات التي تشير إلى المفرد على أنها تشير إلى الجمع والعكس صحيح؛

2.2.3. يتم تفسير الكلمات التي تشير إلى الأشخاص على أنها تشير إلى الكيانات القانونية؛

2.2.4. لا يتم تفسير كلمة "عقد" على أنها تنطبق فقط على العقود المكتوبة للخدمات آجلة الدفع، وعند الاقتضاء يجب تفسير كلمة العقد على أنها تنطبق على الخدمات المدفوعة مسبقاً أيضاً؛

2.2.5. يتم تفسير الإشارات إلى "الاشتراك" و "الشراء" على أنها تحمل نفس المعنى، كما يتم تفسير "عملية الاشتراك" و "عملية الشراء" على أنها تحمل نفس المعنى؛

2.2.6. يتم تفسير الإشارات إلى "الخدمات المقدمة للمستهلكين" والإشارات إلى "المنتجات المقدمة للمستهلكين" على أنها تعني "الخدمات و/أو المنتجات المعروضة و/أو المقدمة للمستهلكين"

2.2.7. يتم تفسير الإشارات إلى المواد والمواد الفرعية والملحقات والمرفقات على أنها تشير إلى تلك التي تقابلها في هذه الأنظمة؛

2.2.8. يقصد بالعناوين والعناوين الفرعية في هذه الأنظمة الإرشاد ولا يجب تفسيرها على أنها تحد من أثر الأحكام.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

### 3. أحكام عامة

- 3.1. يجب على المرخص لهم التصرف بشفافية في جميع التعاملات مع المستهلكين بخصوص الخدمات المعروضة و/أو المقدمة من المرخص لهم إلى المستهلكين.
- 3.2. يجب على المرخص لهم اتخاذ كافة التدابير المعقولة لفرض الرسوم على حسابات المشتركين في الوقت المناسب.
- 3.3. يُشجّع المرخص لهم بالعمل على تعزيز الوعي، وبشكل عام مساعدة المشتركين لديهم للحصول على أفضل ما تقدمه خدمات ومنتجات الاتصالات.
- 3.4. بالرغم من عمومية 3.3، للهيئة من وقت لآخر، أن تطلب من المرخص لهم تعزيز وعي المشتركين حول أمور معينة حسب ما تصفه وتبرره الهيئة في حينه.
- 3.5. باستثناء ما يتم اعتماده بوجه خاص من قبل الهيئة أو إذا كان هناك ما يببر ذلك موضوعياً، يتعين على المرخص لهم تطبيق أسعار محايدة من الناحية التقنية والجغرافية بحيث لا يكون المستهلكون محرومين بغير وجه حق نظراً لموقعهم الجغرافي. وهذا يعني أن أي خدمة مقدمة من أي مرخص له سيكون لها سعراً موحداً في جميع أنحاء دولة الإمارات، وفي حالة إمكانية تقديم نفس الخدمات باستخدام تقنيات متنوعة، يظل السعر موحداً بغض النظر عن التقنية المستخدمة لتقديم هذه الخدمة.
- 3.6. إذا تم انتهاك أحكام هذه الأنظمة فهذا لا يستبعد الهيئة من استنتاج أن نفس الأفعال أو التقصيرات تشكل أيضاً انتهاكاً لأحكام أخرى من المرسوم بقانون أو شرط من شروط الرخصة أو غيرها من الأدوات التنظيمية الصادرة عن الهيئة، ولا من اتخاذ إجراءات تنفيذ عملاً بذلك الحكم أيضاً.
- 3.7. يجوز للهيئة، حسبما تراه معقولاً، أثناء التحقيق في شكوى عن انتهاك المادة 22 من هذه الأنظمة، إصدار تعليمات مؤقتة لأي مرخص له بشأن الأنشطة قيد التحقيق. وقد تشمل هذه التعليمات المؤقتة الالتزام بالكف مؤقتاً عن تكرار عرض إعلان محدد أو اتخاذ أو الامتناع عن اتخاذ أية إجراءات تراها الهيئة مناسبة في ظل هذه الظروف. في شأن تحديد ما إن كان ينبغي إصدار التعليمات المؤقتة، يجب على الهيئة أن تضع في الحسبان مدى تعقيد الحالة والأثر المحتمل على المستهلكين وسوق الاتصالات وقوة الأدلة المتوفرة. تولي حماية المستهلك أهمية قصوى في مثل هذه الحالات. تنطبق التعليمات المؤقتة خلال الفترة التي تحددها الهيئة. يشكل خرق التعليمات المؤقتة انتهاكاً لهذه الأنظمة.
- 3.8. يجوز للهيئة، حسبما تراه معقولاً ومناسباً، إصدار إرشادات بشأن جوانب محددة من تطبيق المواد الفردية أو المواد الفرعية من هذه الأنظمة.

### 4. تقديم المعلومات إلى المستهلكين

- 4.1. في الحالات التي تلزم فيها هذه الأنظمة المرخص لهم بتقديم معلومات خطية للمستهلكين، وما لم يتم الإعراب عن نية مخالفة لأحكام محددة، يجب أن تمتثل تلك المعلومات لما يلي:
- 4.1.1. تكتب المعلومات باللغة العربية أو باللغة الإنجليزية على حسب تفضيل المستهلك. أما في الحالات التي يكون فيها التفضيل غير محدد، يجب كتابة المعلومات بكلتا اللغتين.
- 4.1.2. تُقدم المعلومات بالصيغة الورقية والإلكترونية.
- 4.2. في الحالات التي تلزم فيها هذه الأنظمة المرخص لهم أو شركائهم بتقديم رسائل تأكيد ما بعد الاشتراك للمشاركين، وما لم يتم الإعراب عن نية مخالفة لأحكام محددة، يجب أن تمتثل هذه الرسائل لما يلي:

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

4.2.1 بالنسبة لخدمات الاتصالات و/أو الخدمات الإضافية التي يقدمها المرخص له، يجب مراعاة الآتي في رسالة تأكيد ما بعد الاشتراك:

- (a) أن يتم تقديمها من قبل المرخص له؛
- (b) أن تكون مكتوبة ووفقاً لأحكام المادة الفرعية 4.1.1؛
- (c) أن يتم إرسالها عبر الرسائل النصية القصيرة وبأي شكل من أشكال المراسلات الإلكترونية الأخرى على النحو المحدد من قبل المشترك؛
- (d) أن يتم إرسالها مباشرة عقب الاشتراك في الخدمة المقدمة من المرخص له أو شرائها؛ و
- (e) أن تتضمن التفاصيل التالية ذات الصلة: تاريخ ووقت الاشتراك/الشراء؛ اسم المنتج/الخدمة؛ سعر الاشتراك بما في ذلك عدد مرات أي رسوم متكررة إن وجدت؛ ورابط يسهل على المشترك إلغاء الاشتراك/الشراء إذا رغب بذلك.

4.2.2 مع مراعاة أحكام 4.2.3، بالنسبة للخدمات الإضافية التي يقدمها المرخص له، يجب مراعاة الآتي في رسالة تأكيد ما بعد الاشتراك:

- (a) أن تكون مقدمة من قبل الشريك؛
- (b) أن تكون مكتوبة ووفقاً لأحكام المادة الفرعية 4.1.1؛
- (c) أن يتم إرسالها عبر الرسائل النصية القصيرة وبأي شكل من أشكال المراسلات الإلكترونية الأخرى على النحو المحدد من قبل المشترك؛
- (d) أن يتم إرسالها مباشرة عقب الاشتراك في الخدمة المقدمة من الشريك أو شرائها؛ و
- (e) أن تتضمن التفاصيل التالية ذات الصلة، قدر الإمكان: تاريخ ووقت الاشتراك/الشراء؛ اسم المنتج/الخدمة؛ سعر الاشتراك بما في ذلك عدد مرات أي رسوم متكررة إن وجدت؛ ورابط يسهل على المشترك إلغاء الاشتراك/الشراء إذا رغب بذلك.

4.2.3 في الحالات التي يتم فيها توفير الخدمات الإضافية من قبل الشريك وحيث لا يمكن للمرخص له المعني إلزام ذلك الشريك بالامتثال لأحكام 4.2.2، يجب مراعاة التالي في رسالة تأكيد ما بعد الاشتراك:

- (a) أن يتم تقديمها من قبل المرخص له؛
- (b) أن تكون مكتوبة ووفقاً لأحكام المادة الفرعية 4.1.1؛
- (c) أن يتم إرسالها عبر الرسائل النصية القصيرة وبأي شكل من أشكال المراسلات الإلكترونية الأخرى على النحو المحدد من قبل المشترك؛
- (d) أن يتم إرسالها مباشرة عقب معرفة المرخص له بعملية الاشتراك في الخدمة الإضافية أو شرائها من قبل المشترك؛ و

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

(e) أن تتضمن التفاصيل التالية ذات الصلة، قدر الإمكان: تاريخ ووقت الاشتراك/الشراء؛ اسم المنتج/الخدمة؛ سعر الاشتراك؛ ورابط يسهل على المشترك إلغاء الاشتراك/الشراء إذا رغب بذلك.

#### معلومات ما قبل التعاقد

4.3. يجب على المرخص لهم، خلال مرحلة ما قبل العقد وقبل تقديم أية خدمة، اتخاذ كافة الخطوات المعقولة لتزويد المستهلك بمعلومات مكتوبة عن الأمور التالية، على حسب الخدمة المعنية:

4.3.1. تفاصيل أي مبالغ مودعة أو مبالغ مدفوعة مقدماً لصالح المرخص له، وشرح لكيفية إرجاع هذه الودائع أو الدفعات المسبقة إلى المشترك؛

4.3.2. تفاصيل كافة الأسعار وعناصر الأسعار شاملةً رسوم التجزئة المنطبقة على تقديم الخدمة مع بيان عدد المرات التي يتوقع من المشترك القيام بالدفع فيها؛

4.3.3. تفاصيل كيفية حساب الوحدات الصوتية (مع الباقة وبدونها)؛

4.3.4. تفاصيل كيفية حساب جلسات البيانات وخصمها من باقات البيانات؛

4.3.5. تفاصيل أية خصومات أو شروط خاصة قد تنطبق على تزويد الخدمة والفترة أو الفترات المرتبطة بهذه الخصومات وإن لزم الأمر، الشروط المنطبقة عند انتهاء أي من تلك الخصومات أو الشروط الخاصة؛

4.3.6. تفاصيل أية تحديدات أو قيود على استخدام الخدمة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، أية حدود على حجم الاستخدام وأية قيود على سرعة نقل البيانات وأية قيود على استخدام الخدمات أو التطبيقات المقدمة عبر شبكة الإنترنت وأية سياسات للاستخدام العادل وتفاصيل أي رسوم تصبح مستحقة الدفع عند تجاوز مثل تلك التحديدات؛

4.3.7. تفاصيل أي رسوم خروج؛

4.3.8. أية رسوم قد تنطبق في الحالات التي ينخفض فيها الحساب المدفوع مسبقاً إلى الحد الأدنى للرصيد ولا تتم إعادة شحنه بمبالغ كافية؛

4.3.9. أي عملية استرداد للرصيد غير المستخدم (الرصيد المتبقي) أو المدفوعات المسبقة (مثلاً المبالغ التأمينية) أو الترتيبات الأخرى التي يستحق المستهلك الحصول عليها في حال عدم تجديد الحساب المدفوع مسبقاً أو إلغاء الخدمة أو فصل الخدمة أو تحويل الاشتراك أو توقف المرخص له عن تقديم الخدمة وغيرها؛

4.3.10. أي تعويض أو استرداد أو ترتيبات أخرى تنطبق في حالة عدم وفاء المرخص له بالتزاماته (مثل جودة الخدمة)؛

4.3.11. أية شروط أو قيود أخرى سارية؛

4.3.12. معلومات حول إمكانية توفير الدعم ما بعد البيع وشروط توفره وتفاصيل الاتصال للحصول على دعم ما بعد البيع، وفيما إذا كان هناك أي رسوم على ذلك؛ و

4.3.13. حقوق المستهلك التي قد تنشأ بموجب المادة 11 في حالة زيادة الأسعار، وإذا انطبق ذلك، حقوق المستهلك التي قد تنشأ بموجب المادة 7.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

#### معلومات ما بعد التعاقد

4.4. بصرف النظر عن ما جاء في المادة 5، على المرخص لهم مساعدة المشتركين على فهم النقاط الرئيسية للمنتج أو الخدمة التي يتم بيعها لهم. ولهذه الغاية، يجب على المرخص لهم تزويد المشترك بملخص خطي واضح للشروط والأحكام الرئيسية الخاصة بالمنتج أو الخدمة المعنية. وحيثما ينطبق ذلك، يقدم الملخص المعلومات التالية:

4.4.1 فترة (مدة) العقد؛

4.4.2 الرسوم المستحقة وعدد مرات الدفع؛

4.4.3 تفاصيل أي خصومات مطبقة وفترة سريانها؛

4.4.4 القيود المفروضة على أرصدة الباقات والأسعار خارج الباقة؛

4.4.5 أي قيود يطبقها المرخص له على وجه التحديد بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، قيود الحجم والقيود المطبقة على سرعات تنزيل البيانات وتحميلها؛

4.4.6 أي سياسة مفروضة للاستخدام العادل؛ و

4.4.7 رسوم الإنهاء المبكر.

#### 5. تقديم عقود المشتركين

5.1. على المرخص لهم تقديم عقود كتابية للمشاركين الجدد تنص بشكل واضح لا غموض فيه على كامل الأحكام والشروط، بما في ذلك أية تحديدات أو قيود أو سياسات استخدام عادل وغيرها مما يتعلق بتوريد الخدمة المطلوبة. ولا تستبعد أحكام هذه المادة الفرعية 5.1 احتمالية قيام المرخص لهم بإرفاق وثائق منشورة مثل الأحكام والشروط وسياسات الاستخدام العادل وجدول التعرفة وغيرها، في عقد المشترك لأغراض الرجوع إليها، شريطة أن يتم نشر أية وثيقة كهذه بطريقة تجعلها متوفرة وجاهزة للمشارك في جميع الأوقات المناسبة خلال فترة عقد المشترك.

5.2. يجب أن تحتوي عقود المشتركين على مقدمة تلخص بوضوح الشروط والأحكام الرئيسية كما ورد وصفها في المادة الفرعية 4.4.

5.3. يجب أن يتضمن العقد، على الأقل<sup>2</sup>، أحكاماً تنص بوضوح على ما يلي:

5.3.1 تاريخ بدء العقد؛

5.3.2 الحد الأدنى لمدة العقد (الفترة)، إن وجد؛

5.3.3 الأحكام والشروط المتعلقة بتوصيل و/أو تفعيل الخدمة؛

5.3.4 التزامات المشترك بموجب العقد والنتائج المترتبة على مخالفة المشترك لتلك الالتزامات؛

5.3.5 الأحكام والشروط المتعلقة بالإنهاء المبكر للعقد من قبل المشترك، بما في ذلك مبلغ (أو طريقة حساب) أية رسوم تصبح مستحقة الدفع من قبل المشترك بسبب الإنهاء المبكر؛

<sup>2</sup> لا تستبعد كلمة "يتضمن" في هذا السياق احتمالية إدراج بعض الوثائق الأخرى كمراجع، شريطة أن تكون تلك الوثائق المرجعية منشورة ومتوفرة دائماً قبل التوقيع على العقد وخلال الأوقات المعقولة خلال فترة العقد.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

- 5.3.6 الأحكام والشروط المتعلقة بأية تحديدات أو قيود على استخدام الخدمة، بما في ذلك على وجه الخصوص أية حدود على حجم الاستخدام وأية قيود على استخدام الخدمات أو التطبيقات المقدمة عبر شبكة الإنترنت وأية سياسات استخدام عادل وتفصيل أية رسوم تصبح مستحقة الدفع عند تجاوز مثل تلك التحديدات؛
- 5.3.7 التصرف أو الأحداث التي قد تؤدي إلى نشوء الحق في إنهاء العقد قبل انتهاء المدة المحددة أو الحد الأدنى لمدته، إن انطبق ذلك، والطرف الذي يمتلك حقوق الإنهاء المبكر؛
- 5.3.8 أية متطلبات يجب على المشترك الوفاء بها عند تقديم إخطار للمرخص له في حال رغبة المشترك في إنهاء العقد، بما في ذلك الصيغة (النموذج) والتوقيت؛
- 5.3.9 الأحكام والشروط المتعلقة بقطع الخدمة من قبل المرخص له؛
- 5.3.10 الأحكام والشروط المتعلقة بإعادة تفعيل الخدمة المقطوعة، بما في ذلك أية رسوم تصبح مستحقة الدفع؛
- 5.3.11 الأحكام والشروط المتعلقة بتجديد العقد، إن انطبق ذلك؛
- 5.3.12 الأطر الزمنية ودورات إصدار الفواتير الخاصة بالخدمة وطرق الدفع؛
- 5.3.13 الأحكام والشروط المتعلقة بظروف مثل انقطاعات الخدمة المخطط لها وغير المخطط لها؛
- 5.3.14 الطريقة التي يمكن من خلالها للمرخص له إجراء تعديلات على أحكام وشروط العقد وطريقة إبلاغ المشترك بهذا الأمر وحق المشترك في مثل هذه الحالات؛
- 5.3.15 الطريقة أو الطرق التي يمكن من خلالها للمشارك الحصول أو الاطلاع على نسخة من الأحكام والشروط المعدلة أو المغيّرة؛
- 5.3.16 تفاصيل كيفية الاتصال بمركز خدمة العملاء التابع للمرخص له.
- 5.4 يجب على المرخص لهم الاحتفاظ بسجل عن موافقة المشترك على أحكام العقد وفي حال نشوء نزاع حول وجود الموافقة، يتعين على المرخص لهم التبيان بالأدلة على أن الموافقة تمت بالشكل المناسب. وفي حال غياب هذا الدليل، يُفترض بشكل غير قطعي أن المشترك لم يبدلي بمثل هذه الموافقة.
- 5.5 يجب تزويد المشترك بنسخة من العقد في نقطة البيع وفي أي وقت آخر، وتزويده دائماً بنسخة من العقد عند طلبه ذلك.
- 5.6 يحق للهيئة ضمن حدود المعقول أن تطلب من المرخص له تعديل العقد مع المشتركين بالقدر الذي يتعلق بما يلي:
- 5.6.1 إذا كانت العقود غير ملتزمة بالإطار التنظيمي؛
- 5.6.2 إذا كانت التعديلات التي تطلبها الهيئة لغرض حصري ألا وهو ضمان الالتزام بالإطار التنظيمي؛
- 5.6.3 إلى المدى الذي لا تتسبب هذه التعديلات، حسب الرأي المناسب للمرخص له، في جعل كل أو جزء من العقود غير قابل للتطبيق ضمن سياق القوانين القضائية التي تحكم هذه العقود.
- 5.7 تقوم الهيئة موضوعياً بتبرير أي متطلبات مشار إليها في المادة الفرعية 5.6 وفقراتها الفرعية الإضافية تبعاً للحالة كلما وحينما دعت الحاجة لذلك.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

## 6. رسوم إنهاء العقد

- 6.1. في الحالات التي يكون فيها عقد المرخص له لتقديم خدمات الاتصالات محدود المدة، أو يتضمن أحكاماً تنص على الحد الأدنى للمدة، وتُلزم المشترك بسداد رسوم الخروج إذا قام بإنهاء العقد خلال تلك المدة المحددة أو الحد الأدنى للمدة حسب الحالة، فلا يجب أن تتجاوز هذه الرسوم المبلغ المعني المحسوب على النحو التالي:
- 6.1.1. بالنسبة للمستهلكين السكنيين<sup>3</sup>، يحدد مبلغ بقيمة 1000 درهم إماراتي أو ما يعادل الرسوم الشهرية المتكررة لمرة واحدة<sup>4</sup>، أيهما أقل؛ أو
- 6.1.2. للمستهلكين من الشركات<sup>5</sup>، يساوي المبلغ الرسوم الشهرية المتكررة (لمرة واحدة) عن كل خط.
- 6.2. يتم تطبيق الحدود الواردة في 6.1 أعلاه، بغض النظر عن الوقت خلال الفترة المحددة أو الحد الأدنى للفترة على حسب الحال، بحيث يخرج فيه المشترك من العقد.
- 6.3. في الحالات التي يقوم فيها المرخص له بضم جهاز أو أجهزة مع باقة خدمة اتصالات وتزويد تلك الباقة وفقاً لعقد من النوع الموصوف في 6.1، يجب ألا تتجاوز رسوم إنهاء العقد المبلغ المحدد وفقاً للصيغة التالية:

$$Bf + (Rp / Ct) \times (Ct - (1 + T))$$

حيث: تعني «Bf» رسوم الإنهاء الأساسية (محسوبة وفقاً للبند 6.1.1 أو 6.1.2 حسب الحالة)؛  
تعني «Rp» سعر البيع بالتجزئة للجهاز أو الأجهزة؛  
تعني «Ct» عدد الأشهر في الحد الأدنى لمدة العقد؛ و  
تعني «T» عدد الأشهر التي قضاها المشترك في العقد.

- 6.4. لا تطبق الأحكام من 6.1 إلى 6.3 على أنواع العقود التالية:
- 6.4.1. عقود الخطوط "المملوكة والمدفوعة من الشركة" (COCP) حيث يتجاوز عدد مثل هذه الخطوط المقدمة في العقد 100؛
- 6.4.2. عقود لمنتجات المؤسسات التي تستهدف عملاء المؤسسات الكبيرة (أي الأشخاص الاعتباريين الذين يستخدمون أكثر من 1500 موظف في الدولة)؛ أو
- 6.4.3. غيرها من أنواع العقود التي قد تحددها الهيئة من حين لآخر؛

## 7. فترة إلغاء الخدمة بدون غرامة

- 7.1. تدخل أحكام المواد الفرعية 7.3 إلى 7.5 حيز التنفيذ في التاريخ الذي يبدأ بعد ثلاثة (3) أشهر من تاريخ صدور هذه الأنظمة.

<sup>3</sup> في هذا السياق، يعني مصطلح "المستهلك السكني" الشخص الطبيعي، ويشمل ذلك الأشخاص الطبيعيين الذين يشتركون كأفراد في باقات معينة للشركات وحيث يكون الشخص الطبيعي، مقارنةً بالشخص الاعتباري، مسؤولاً عن دفع الفاتورة الشهرية.

<sup>4</sup> في هذا السياق، يعني مصطلح "الرسوم الشهرية المتكررة" الرسوم الشهرية الأساسية ويستبعد منها كل الرسوم المطبقة على الباقات الإضافية أو الحزم الاختيارية (حتى لو كانت هذه الرسوم ثابتة وتتجدد شهرياً)، وأي رسوم متغيرة لاستهلاك الخدمة بما في ذلك الرسوم المحسوبة خارج الباقة.

<sup>5</sup> في هذا السياق، يعني مصطلح "المستهلك التجاري" الشخص الاعتباري المذكور في العقد المبرم مع المرخص له.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

- 7.2. تدخل أحكام المواد الفرعية 7.6 إلى 7.9 حيز التنفيذ في التاريخ الذي تحدده الهيئة وتعلن عنه. بحيث يكون ذلك الإعلان خطياً قبل ثلاثة أشهر على الأقل من التاريخ الذي تدخل فيه هذه المواد الفرعية حيز التنفيذ.
- 7.3. في سياق هذه المادة، يعني مصطلح "عقد مخصص للخدمة فقط" عقداً بين المرخص له والمشارك حيث تتم تلبية جميع الشروط التالية:
- 7.3.1. يتم إبرام العقد في أو بعد التاريخ المحدد في 7.1؛ و
- 7.3.2. العقد يتضمن خدمة اتصالات واحدة على الأقل؛ و
- 7.3.3. العقد محدد المدة، أو ينص على حداً أدنى لمدته<sup>6</sup>؛ و
- 7.3.4. إنهاء العقد من قبل المشارك خلال المدة المحددة، أو خلال الحد الأدنى للمدة، يترتب عليه التزاماً بأن يدفع المشارك رسوم الإنهاء.
- 7.4. تخضع العقود المخصصة للخدمة فقط إلى فترة إلغاء الخدمة بدون غرامة، حيث لا تقل مدة هذه الفترة عن ثلاثة (3) أيام<sup>7</sup>.
- 7.5. فيما يتعلق بالعقد الذي يخص الخدمة فقط، يجوز للمشارك إنهاء العقد دون تكبد غرامة في الحالات التي تتحقق فيها الشروط التالية:
- 7.5.1. تم بيع خدمات الاتصالات بشكل خاطئ من المرخص له، أو عدم التزام خدمة الاتصالات المعنية المقدمة من المرخص له بشروط وأحكام خدمة الاتصالات هذه على النحو المنصوص عليه في العقد مع المشارك؛ و
- 7.5.2. تم إبلاغ المرخص له المعني بحالة عدم الالتزام بالمادة الفرعية 7.5.1 خلال فترة الإلغاء الخالية من الغرامات؛ و
- 7.5.3. لم يتمكن المرخص له المعني من تدارك عدم الالتزام هذا خلال مدة زمنية إضافية تعادل فترة إلغاء الخدمة دون غرامة أو لم يتمكن المرخص له المعني من تقديم خدمة بديلة بشروط مقبولة لدى المشارك.
- 7.6. في سياق هذه المادة، يعني مصطلح "العقد المخصص" عقداً بين المرخص له والمشارك حيث تتم تلبية جميع الشروط التالية:
- 7.6.1. يتم إبرام العقد في أو بعد تاريخ السريان المشار إليه في المادة الفرعية 7.2 ، و
- 7.6.2. العقد يتضمن خدمة اتصالات واحدة على الأقل؛ و
- 7.6.3. مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 7.7، يتم ضم الجهاز المخصص مع خدمة (خدمات) الاتصالات؛ و
- 7.6.4. العقد محدد زمنياً، أو ينص على حداً أدنى للمدة؛ و

<sup>6</sup> ويشار إلى ذلك أحياناً بعبارة "الحد الأدنى لفترة الالتزام"

<sup>7</sup> تسري فترة الثلاثة أيام على جميع الحالات وبغض النظر عن مدة العقد أو الحد الأدنى لمدة العقد المعني.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

7.6.5 إنهاء العقد من قبل المشترك خلال المدة المحددة أو خلال الحد الأدنى للمدة (على حسب الحال)، يترتب عليه التزام المشترك بالقيام بالآتي بمقتضى العقد:

(a) سداد رسوم الإنهاء؛ أو

(b) سداد الرسوم المتعلقة<sup>8</sup> بالجهاز الفعلي؛ أو

(c) سداد كل من (أ) و (ب) أعلاه.

7.7 في سياق هذه المادة، يعني مصطلح "الجهاز المخصص":

7.7.1 بالنسبة لخدمات الخط الثابت، أيًا من الأجهزة التالية التي يزودها المرخص لهم:

(a) أجهزة الاستقبال الرقمي المستخدمة لاستقبال المحتوى الصوتي/المرئي؛

(b) معدات «الواي فاي» بما فيها أجهزة التوجيه أو «الراوتر» ونقاط الوصول ومقويات الإرسال ونحوها؛

(c) أجهزة الهاتف الثابت بما في ذلك الهواتف اللاسلكية (cordless handsets)؛

(d) الأجهزة المخصصة اللازمة للوصول إلى أو تلقي خدمة (خدمات) الاتصالات المحددة التي يزودها المرخص لهم؛ أو

(e) غيرها من الأجهزة أو أنواع الأجهزة التي قد تحددها الهيئة من حين لآخر.

7.7.2 بالنسبة لخدمات الهاتف المتحرك، أيًا من الأجهزة التالية التي يزودها المرخص لهم:

(a) أي جهاز طرفي يقتصر، أو مقيد بطريقة أخرى، على شبكة محددة أو خدمة معينة وما إلى ذلك؛ أو

(b) غيرها من الأجهزة أو أنواع الأجهزة التي قد تحددها الهيئة من حين لآخر.

7.8 تخضع العقود المخصصة لفترة إلغاء الخدمة بدون غرامة، حيث لا تقل مدة هذه المهلة عن أسبوع واحد لكل سنة من المدة المحددة، أو الحد الأدنى لمدة العقد حسب الحالة.

7.9 فيما يتعلق بالعقد المخصص، يجوز للمشارك إنهاء العقد دون تكبد غرامة<sup>9</sup> في الحالات التي تتحقق فيها الشروط التالية:

7.9.1 تم بيع خدمات الاتصالات بشكل خاطئ من المرخص له، أو عدم التزام خدمة الاتصالات المعنية المقدمة من المرخص له بشروط وأحكام تلك الخدمة على النحو المنصوص عليه في العقد مع المشترك؛ و

<sup>8</sup> بالإضافة إلى أي رسوم مقدمة يتم دفعها مقابل الجهاز الفعلي المخصص  
<sup>9</sup> وفي هذا السياق، يعني مصطلح "بدون غرامة" أنه يتم إلغاء جميع رسوم الإنهاء و/أو رسوم الأجهزة من قبل المرخص له، وأن أي مدفوعات مقدمة من المشترك إلى المرخص له سترد إلى ذلك المشترك.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

- 7.9.2. تم إبلاغ المرخص له المعني بحالة عدم الالتزام بالمادة الفرعية 7.9.1 خلال فترة الإلغاء الخالية من الغرامات؛ و
- 7.9.3. لم يتمكن المرخص له المعني من تدارك عدم الالتزام هذا خلال مدة زمنية إضافية تعادل فترة إلغاء الخدمة دون غرامة أو لم يتمكن المرخص له المعني من تقديم خدمة بديلة بشروط مقبولة لدى المشترك؛ و
- 7.9.4. إعادة الجهاز المخصص إلى المرخص له مع جميع الملحقات والمستندات وفي العلبة الأصلية. لا تسري الأحكام السابقة المتعلقة بالتغليف في الحالات التي لا يترك فيها المرخص له الأغلفة الأصلية مع المشترك وفي مثل هذه الحالات، يقوم المشترك بإعادة الجهاز المخصص وجميع الملحقات فحسب إلى المرخص له.

## 8. تفعيل / إيقاف خدمات الاتصالات

- 8.1. دون الإخلال بأحكام المادة الفرعية 8.2، يجب ألا يقوم المرخص لهم بتسجيل أو استيفاء رسوم أو توفير خدمة ما إلى مشترك لم يطلبها المشترك أو يختارها صراحة. ولن يعتبر المشتركون بأنهم قبلوا عرض خدمات بمجرد عدم اختيارهم رفض أي عرض.
- 8.2. لا تنطبق أحكام المادة الفرعية 8.1 على الحالات التي يتم فيها تمديد أو تجديد خدمة قائمة، أي خدمة طلبها المشترك بشكل صريح، وتم تمديد أو تجديدها حسب الشروط:
- 8.2.1. المتوافقة مع شروط العقد الخاص بتلك الخدمة القائمة؛ أو
- 8.2.2. التي لا تمس إطلاقاً بحقوق المشترك؛ أو
- 8.2.3. تصب في صالح المشترك بشكل مؤكد.
- 8.3. يجب على المرخص لهم تزويد المشتركين برسالة تأكيد ما بعد الاشتراك (PSCM) بخصوص عملية التفعيل أو الإيقاف أو الانتقال لكل خدمة أو ميزة حسب الحالة.
- 8.4. يجب على المرخص لهم بذل الجهود المعقولة لمنح المشتركين إمكانية بسيطة لإلغاء أو حجب أية خدمات إضافية مضافة القيمة يتم تقديمها تلقائياً للمشاركين عند اشتراكهم بالخدمات الرئيسية والتي تعتبر ملحقة بتلك الخدمات الرئيسية ولكن استخدامها يتطلب دفع رسوم إضافية. ويجب على المرخص لهم توفير المعلومات حول هذه الإمكانية بطريقة يمكن النفاذ إليها بسهولة وبدون مقابل. وقد يُطلب من المشترك في بعض الأحيان تهيئة أجهزته أو الخدمة يدوياً من أجل إلغاء أو حجب الخدمة ذات القيمة المضافة، شريطة أن تكون هذه الإمكانية متفقة مع نص هذه المادة الفرعية 8.4.
- 8.5. ومع عدم الإخلال بأحكام المادة الفرعية 8.6، يجب على المرخص لهم التأكد من أن تكون طرق إلغاء الخدمة مريحة وليست أكثر تعقيداً من الطرق المستخدمة لطلب تلك الخدمة. فمثلاً، إذا كان بإمكان المشترك الاشتراك بخدمة معينة من خلال إرسال رسالة نصية، فيجب أن يكون إلغاء تلك الخدمة أيضاً عن طريق إرسال رسالة نصية.
- 8.6. لا يُطلب من المشترك زيارة مركز أعمال المرخص له للإلغاء/إيقاف الخدمات أو الميزات الفردية إلا في الحالات المبررة من الناحية الموضوعية.
- 8.7. في الحالات التي يطلب فيها المرخص له من المشتركين إيداع تأمين لديه (مثل مبلغ تأمين عن التجوال الدولي)، فيجب أن يكون لدى ذلك المرخص له إجراء لرد هذه التأمينات إلى المشتركين. ويجب ألا يكون هناك أي قيود

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

على إعادة التأمينات وألا يكون الإجراء مرهقاً للمشارك مقارنةً مع الإجراء الذي استخدمه المرخص له عند تحصيله لذلك التأمين.

8.8. يجب تزويد المشتركين بمعلومات واضحة عن شروط ترقية أو الانتقال بين الخدمات عندما تكون خاضعة لخيارات الترقية أو الانتقال، بما في ذلك أية تغييرات في مزايا أداء الخدمة وأي تغييرات في الرسوم. ولا يحق للمرخص لهم ترقية أو نقل المشترك إلى خدمة أخرى إلا في حالة موافقة المشترك الصريحة على ذلك، شريطة ألا تؤدي تلك الترقية إلى المساس بحقوق المشترك بشكل لا لبس فيه أو تصب في صالح المشترك بشكل مؤكد.

8.9. يجوز إجراء "مقابلات الانسحاب من خدمة"، شريطة موافقة المشترك على المقابلة وأن تتم المقابلة بعد إلغاء الخدمة.

8.10. في حال تعطيل رقم هاتف ما من قبل المرخص له، فعلى ذلك المرخص له التريث لمدة سنة عقب عملية التعطيل وعدم تخصيص الرقم لمشارك آخر إلا إذا:

8.10.1. حصل المرخص له على الموافقة المسبقة من المشترك صاحب الرقم قبيل تعطيله؛ أو

8.10.2. حصل المرخص له على الموافقة الخطية المسبقة من الهيئة.

8.11. في الظروف، خلال فترة سنة عقب تعطيل رقم الهاتف من قبل المرخص له، والتي يطلب فيها المستهلك (الذي تم تخصيص الرقم له قبيل عملية التعطيل) من ذلك المرخص له إعادة تفعيل الرقم، فعلى المرخص له إعادة تفعيل وتعيين ذلك الرقم إلى ذلك المستهلك على نفس الأحكام (أو ما يعادلها) التي كانت مطبقة قبيل وقت تعطيل الرقم.

## 9. شفافية الأسعار ومراقبة استهلاك الخدمات

9.1. يقوم المرخص لهم بتوفير وسيلة مجانية يمكن للمشاركين من خلالها، بشكل آني (أو في أقرب وقت ممكن عملياً)، من مراقبة استهلاك الخدمة ببسر.

9.2. وتعني أحكام 9.1 أن المشاركين سيتمكنون من رصد:

9.2.1. عدد الوحدات المستهلكة وعدد الوحدات المتبقية في أي رصيد مقدم كجزء من أي باقة خدمة. ويشمل ذلك جميع أشكال أرصدة الباقات بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الأرصدة الخاصة بـ: الدقائق والبيانات والرسائل وغيرها التي تُضم مع الباقة؛

9.2.2. الاستهلاك خارج الباقة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر: المكالمات وجلسات البيانات التي تم إجراؤها، فضلاً عن الرسائل المرسلة والرسوم المفروضة على هذه المكالمات وجلسات البيانات والرسائل؛

9.2.3. بالنسبة للمشاركين في نظام الدفع الأجل: إجمالي مبلغ الرسوم المطبقة، وعمليات الدفع التي تم إجراؤها على حساب المشترك منذ صدور الفاتورة الأخيرة على الحساب؛ و

9.2.4. لمشركي الدفع المسبق: الأرصدة المتبقية المدفوعة مسبقاً.

9.3. يجب على المرخص لهم تزويد المشاركين، عند الطلب وفي الوقت المناسب، بمعلومات دقيقة ومحدثة حول الأسعار والشروط والخيارات المتعلقة بأولئك المشاركين.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

## 10. أسقف استخدام البيانات المتنقلة

10.1. تدخل أحكام المواد الفرعية 10.2 إلى 10.8 حيز التنفيذ في التاريخ الذي يبدأ بعد ثلاثة (3) أشهر من تاريخ صدور هذه الأنظمة.

### البيانات الخاصة بنظام الدفع حسب الاستخدام (PAYG)

10.2. اعتباراً من التاريخ المحدد في 10.1، يجب على المرخص لهم فرض الحد الأقصى للاستخدام الخاص بالبيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام من قبل المشتركين؛

10.3. يكون الحد الأقصى لنظام الدفع المسبق، افتراضياً 0 درهم في اليوم الواحد.

10.4. في الحالات التي تصل فيها رسوم التجزئة التي يتكبدها المشترك، في أي يوم، إلى الحد الأقصى المسموح به في نظام الدفع حسب الاستخدام، يتعين على المرخص له المعني تعليق تقديم البيانات إلى ذلك المشترك للفترة المتبقية من ذلك اليوم، ما لم يتخذ المشترك إجراء أو إجراءات محددة من أجل:

10.4.1. تجديد الحد الأقصى الخاص به في نظام الدفع حسب الاستخدام لذلك اليوم كما هو موضح في المادة الفرعية 10.5 أو

10.4.2. زيادة الحد الأقصى الخاص به في نظام الدفع حسب الاستخدام.

في جميع الأحوال، يجب على المرخص لهم تسجيل وحفظ سجلات موافقة المشترك على تجديد الحد الأقصى الخاص به في نظام الدفع حسب الاستخدام و/أو موافقة المشترك على زيادة أو تخفيض هذا الحد.

10.5. يجوز للمشارك تجديد الحد الأقصى الخاص به في نظام الدفع حسب الاستخدام ويطبق هذا الإجراء فقط خلال اليوم الذي يحدث فيه التجديد. يسمح تجديد الحد الأقصى لنظام الدفع حسب الاستخدام للمشارك باستخدام دفعة أخرى من بيانات الدفع حسب الاستخدام حتى المضاعفات التالية من الحد الأقصى لذلك النظام.

10.6. يتم تشجيع المرخص لهم على تطوير وتوفير آليات سهلة الاستخدام لتمكين المشتركين الذين يستخدمون بيانات نظام الدفع حسب الاستخدام من زيادة أو تخفيض الحد النقدي في ذلك النظام على أساس فردي.

10.7. يمكن لأي مشترك تفسير الحد الأقصى الخاص به في نظام الدفع حسب الاستخدام إذا شاء المشترك ذلك.

10.8. لا تسري الأحكام الواردة في المواد الفرعية 10.1 إلى 10.7 ضمناً على الحالات التالية:

10.8.1. الحالات التي يستخدم فيها مشتركو الأعمال<sup>10</sup> البيانات بنظام الدفع حسب الاستخدام لأغراض تشغيل تطبيقات الآلة إلى الآلة (M2M) و/أو إنترنت الأشياء (IoT)؛ أو

10.8.2. غيرها من الحالات المبررة موضوعياً التي قد تحددها الهيئة من حين لآخر.

### باقات البيانات المتنقلة

10.9. بالنسبة لجميع باقات البيانات المتنقلة<sup>11</sup>، يتعين على المرخص لهم تطبيق حد أقصى بحيث:

<sup>10</sup> المشتركون من الأشخاص الاعتبارية  
<sup>11</sup> يتضمن جميع الباقات الحالية والجديدة

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

- 10.9.1. التي تكون متوفرة مجاناً لكل مشترك؛
- 10.9.2. يتم تحديده بمستوى مكافئ لحجم باقة البيانات المعنية (مثلاً، لباقة بيانات بسعة 100 ميجابايت، يساوي الحد الأقصى للاستخدام 100 ميجابايت، وبالنسبة لباقة بيانات بسعة 1 جيجابايت، يساوي الحد الأقصى 1 جيجابايت)؛ و
- 10.9.3. وفقاً لأحكام 10.10، يتم تطبيقه بطريقة تضمن أنه عندما يستنفذ المشترك جميع الأرصدة في الباقة، فلن يتمكن من استخدام المزيد من البيانات من النوع المحدد في الباقة المعنية<sup>12</sup> خلال الفترة خارج الباقة.
- 10.10. لا يجوز للمرخص لهم تقديم بيانات إضافية إلى المشترك، خلال الفترة خارج الباقة، إلا إذا قام المشترك المعني بما يلي:
- 10.10.1. الاشتراك في باقة بيانات متنقلة أخرى؛
- 10.10.2. الاختيار تحديداً بأن يتم احتساب الرسوم وفق التسعيرة خارج الباقة للفترة نفسها وقد قام المرخص له بتسجيل موافقة المشترك على ذلك؛ أو
- 10.10.3. إعطاء تعليمات محددة للمرخص له المعني بإزالة الحد الأقصى.
- 10.11. في الحالات التي يسري فيها 10.10.1، يجب على المرخص لهم التأكد من حماية المشترك من الاشتراكات المتداخلة التي قد تؤدي إلى مضاعفة احتساب الرسوم.
- 10.12. في الحالات التي يسري فيها 10.10.3، لن يتم تطبيق حداً أقصى لمثل هؤلاء المشتركين شريطة أن يكون المرخص له قد حفظ تعليمات المشترك بإزالة الحد الأقصى.
- 10.13. ولا يتحمل المشترك رسوماً عن الآلية التي يحدد بموجبها أيّاً من الخيارات المتاحة في 10.10.

## 11. الإشعار بشأن الزيادة في الأسعار والإشعار بشأن تكاليف التجوال

- 11.1. يجب على المرخص لهم إتاحة الفرصة أمام المشتركين لإنهاء عقودهم دون أية غرامات قبل أية زيادة في الأسعار أو قبل أي تغيير في الأحكام والشروط التي يكون لها أثر الزيادة في الأسعار، نافذة المفعول.
- 11.2. مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 11.3، يجب على المرخص لهم إشعار المستهلكين بمدة لا تقل عن ثمان وعشرون يوماً تسبق تطبيق أية زيادة في الأسعار أو أي تغيير في الأحكام والشروط التي يكون لها أثر الزيادة في الأسعار. يجب أن يكون هذا الإشعار واضحاً لا لبس فيه وعلى الأقل يوضح ما يلي: تفاصيل السعر الحالي؛ مقدار الزيادة في الأسعار؛ تاريخ نفاذ الزيادة في الأسعار وتفاصيل الآلية التي تمكن المشتركين -وفقاً لأحكام المادة الفرعية 11.1 أعلاه- من الانسحاب وإنهاء عقودهم.
- 11.3. يجب على المرخص لهم اتخاذ كافة التدابير المعقولة لتقديم الإشعار المشار إليه في المادة الفرعية 11.2 وفي هذا السياق تشمل التدابير المعقولة جميع ما يلي: الإعلان على الأقل في 3 صحف محلية باللغة العربية والإعلان على

<sup>12</sup> ينطبق الحد الأقصى على نوع البيانات المحدد في باقة البيانات. على سبيل المثال، إذا كانت باقة البيانات مخصصة لـ "تطبيقات التواصل الاجتماعي" فقط، فيتم تطبيق الحد الأقصى على "البيانات الاجتماعية" فقط. أما إذا كانت باقة البيانات تنطبق على جميع أنواع البيانات، فيتم تطبيق الحد الأقصى على جميعها.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

الأقل في اثنتين من الصحف المحلية باللغة الإنجليزية، إشعار واضح على الموقع الإلكتروني للمرخص له، رسائل نصية فردية للمشاركين (حسب الاقتضاء)؛ ورسائل بريد إلكتروني فردية للمشاركين (حسب الاقتضاء).

11.4. مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 11.6، بالنسبة لمشاركي الهاتف المتحرك بتعرفة التجوال الموحدة، يجب على المرخص لهم كلما أمكن ذلك عملياً توفير ميزة يمكن من خلالها إعلام المشترك بالهاتف المتحرك عن أسعار التجزئة السارية للتجوال بالنسبة لإجراء مكالمة أو إرسال رسالة نصية إلى دولة الإمارات أو تلقي مكالمة أو رسالة نصية من الدولة.

11.5. مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 11.6، بالنسبة لمشاركي الهاتف المتحرك بتعرفة التجوال الموحدة، يجب على المرخص لهم كلما أمكن ذلك عملياً توفير ميزة يمكن من خلالها إعلام المشترك بالهاتف المتحرك عن أسعار التجزئة السارية للتجوال بالنسبة لرسوم تجوال البيانات.

11.6. يجب توفير المزايا المشار إليها في المادة الفرعية 11.4 والمادة الفرعية 11.5 أعلاه للمشارك في خدمة تجوال الهاتف المتحرك عند اتصاله لأول مرة بشبكة يتصفحها في دولة أجنبية ويتم تقديمها بدون مقابل مالي لمستخدمي تجوال الهاتف المتحرك.

## 12. فواتير وإبصالات المشتركين

12.1. يجب على المرخص لهم اتخاذ جميع الإجراءات المناسبة لتزويد المشتركين بخدمات الدفع الأجل بفواتير دقيقة وواضحة. يجب أن تكون الفاتورة مكتوبة وتحدد تفاصيل الرسوم الواردة فيها، ويتم تقديم الفاتورة بشكل مجاني للمشارك.

12.2. يتخذ المرخص لهم التدابير المعقولة لنشر الوعي عن حق المشارك في استلام الفواتير الورقية.

12.3. يجب تقديم فواتير المشتركين في الفترات المذكورة في الأحكام والشروط المتعلقة بتوريد تلك الخدمة المعيّنة.

12.4. يجب أن تتضمن فواتير المشتركين ما يلي كحد أدنى:

12.4.1. الاسم والعنوان المسجل للمرخص له الذي يصدر الفاتورة.

12.4.2. رقم حساب المشترك.

12.4.3. المبلغ المستحق للمرخص له أو المبلغ المستحق للمشارك (الرصيد الدائن)، إن وجد؛

12.4.4. تفاصيل محدّدة البنود تبين كيفية حساب جميع الرسوم والأرصدة الدائنة على الفاتورة؛

12.4.5. تاريخ استحقاق الدفع للمرخص له؛

12.4.6. طريقة أو طرق الدفع للمرخص له؛

12.4.7. تفاصيل جهة الاتصال للمشاركين الراغبين بطرح الاستفسارات المتعلقة بالفاتورة أو أية رسوم فيها.

12.5. يجب على المرخص لهم الاحتفاظ بسجلات خاصة بفواتير المشتركين بنظام الفاتورة لفترة لا تقل عن سنتين أو أية فترة أطول تشترطها أي جهة مختصة أخرى.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

12.6. يجب على المرخص لهم، إلى أقصى حد ممكن، تزويد المشتركين تلقائياً<sup>13</sup> بإيصال (سند قبض) عن أي دفعة مقدمة للمرخص له. ويجوز إرسال هذه الإيصالات في نموذج إلكتروني مناسب إلى عنوان<sup>14</sup> يحدده المشترك ويتم حفظه في الملفات من قبل المرخص لهم.

### 13. الشفافية في سرعات النطاق العريض الثابت

13.1. مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 13.2، تنطبق هذه المادة 13 على جميع الاتصالات الاعتيادية للنطاق العريض عبر الخطوط الثابتة المتوفرة في الدولة، بغض النظر عن التقنية المستخدمة في خط الوصول<sup>15</sup> و عما إذا كان يتم توفير مثل هذا الاتصال كخدمة مستقلة أو كجزء من باقة خدمات.

13.2. اعتباراً من التاريخ الذي يتم احتسابه على أنه ثلاثة (3) أشهر من تاريخ إصدار هذه الأنظمة، يجب أن تشير جميع الإعلانات المتعلقة بباقات النطاق العريض الثابت إلى السرعات التي من المرجح أن يتمتع بها المستهلكون خلال ساعات الذروة. ويحتفظ المرخص لهم بالبيانات، استناداً إلى الاختبارات التي تُجرى (عملاً بالمادة 13.3) بغية دعم السرعات المعروضة في هذه الإعلانات.

13.3. يقوم المرخص لهم بإجراء الاختبارات، باستخدام عينة ذات دلالة إحصائية من خطوط العملاء، لقياس سرعات التحميل والتنزيل المتحققة فعلياً خلال ساعات الذروة عند نقطة انتهاء<sup>16</sup> الشبكة لكل خيار من اتصالات النطاق العريض الثابت ولكل تقنية مستخدمة في خط الوصول.

13.4. لا تسري أحكام المواد الفرعية 13.1 إلى 13.3 على الحالات التالية:

13.4.1. اتصالات النطاق العريض الثابت أو الباقات المصممة خصيصاً لتلبية متطلبات عميل معين؛ أو

13.4.2. غيرها من الحالات المبررة موضوعياً التي قد تقرها الهيئة من حين لآخر؛

### 14. تفعيل وإيقاف الخدمات الإضافية

14.1. لا تضاف أي رسوم متعلقة بالخدمات الإضافية إلى حساب المشترك ما لم تتوافق عملية شراء الخدمة الإضافية المعنية بشكل تام مع الأحكام ذات الصلة في هذه المادة 14.

14.2. في حالات شكاوى و/أو نزاعات المستهلكين التي تنطوي على شراء خدمة إضافية، يتعين على المرخص له المعني إثبات أن عملية الشراء متوافقة، وبصفة خاصة تم الحصول على الموافقة عليها وفقاً للمواد الفرعية ذات الصلة.

14.3. يجب على المرخص لهم، قدر المستطاع، توفير الآليات المناسبة للمشاركين لاستخدامها دون مقابل لإيقاف وإلغاء الخدمات الإضافية. وتجنباً للشك، يجب أن تتبع شروط إيقاف أو الإلغاء أحكام وشروط الخدمة الإضافية ذات الصلة.

14.4. عقب إيقاف الخدمة الإضافية، وبقدر الإمكان، يجب تزويد المشترك برسالة تأكيد ما بعد عملية إيقاف الخدمة الإضافية.

<sup>13</sup> تعني كلمة "تلقائي" في هذا السياق بأنه ليس ضروريا بالنسبة للمستهلك اتخاذ أي إجراء معين لطلب الإيصال، ويقع على عاتق المرخص له واجب تقديم الإيصال مقابل الدفعات التي تم استلامها سواء طلب المستهلك تزويده بها أم لا.

<sup>14</sup> تعني كلمة "عنوان" في هذا السياق عنوان البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف لاستلام الرسائل النصية.

<sup>15</sup> يُقصد بـ "خط الوصول" الاتصال من مقر العميل إلى المقسم المحلي أو عقدة الوصول.

<sup>16</sup> نقطة انتهاء الشبكة هي النقطة الفعلية أو المنطقية لترسيم الحدود بين مقر العميل وشبكة الخطوط الثابتة للمرخص له.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

14.5. تطبيق الشروط التالية في الحالات التي يتم فيها شراء خدمة إضافية في مركز أعمال المرخص له:

- 14.5.1. يجب أن يكون المشترك متواجداً شخصياً في نقطة البيع؛
- 14.5.2. يجب أن يتحقق المرخص له من هوية المشترك؛
- 14.5.3. يجب على المرخص له الحصول على موافقة المشترك بالتوقيع على شروط وأحكام الخدمة الإضافية؛
- 14.5.4. يجب تزويد المشترك بنسخة مكتوبة من الشروط والأحكام الخاصة بالخدمة الإضافية عند نقطة البيع، أو إذا كان المشترك يفضل الحصول عليها عن طريق البريد أو رسالة إلكترونية حسب تعليماته؛ و
- 14.5.5. يجب تزويد المشترك بالتفاصيل الكاملة عن كيفية إلغاء الخدمة الإضافية.

14.6. تطبيق الشروط التالية في الحالات التي يتم فيها شراء خدمة إضافية عبر مكالمة هاتفية إلى/من مركز اتصال المرخص له:

- 14.6.1. يجب على المرخص له التحقق من هوية المشترك من خلال طرح الأسئلة التعريفية ذات الصلة، أو باتباع الإجراءات الأخرى التي يستخدمها المرخص له لأغراض تحديد الهوية؛
- 14.6.2. يجب على المرخص له أن يشرح للمشارك شروط وأحكام الخدمة الإضافية قبل البيع؛
- 14.6.3. يجب على المرخص له أن يسجل موافقة المشارك الشفهية على شروط وأحكام الخدمة الإضافية؛ و
- 14.6.4. يجب على المرخص له الاحتفاظ بسجل المحادثة الكاملة لمدة لا تقل عن ستة أشهر؛ و
- 14.6.5. في أقرب وقت ممكن بعد عملية الشراء، يجب تزويد المشارك بما يلي:

(a) رسالة تأكيد ما بعد عملية الاشتراك (PSCM)؛ و

(b) نسخة مكتوبة من شروط وأحكام الخدمة الإضافية يتم إرسالها عبر رسالة إلكترونية، أو إذا طلب المشارك ذلك، عن طريق البريد العادي.

14.7. تطبيق الشروط التالية في الحالات التي يتم فيها شراء خدمة إضافية عبر اتصال إلكتروني تفاعلي (مثلاً عبر الرسائل النصية القصيرة أو خاصية USSD) بين المستهلك والمرخص له:

- 14.7.1. يجب على المرخص له توفير الشروط والأحكام الرئيسية للخدمة الإضافية للمستهلك؛
- 14.7.2. يجب أن تتطلب عملية الشراء من المستهلك تأكيد الموافقة على شراء الخدمة الإضافية من خلال استخدام نفس وسيلة الاتصال الإلكترونية سواء الرسائل القصيرة أو خاصية USSD أو غيرها؛ و
- 14.7.3. في أقرب وقت ممكن بعد عملية الشراء، يجب تزويد المشارك بما يلي:

(a) رسالة تأكيد ما بعد الاشتراك؛ و

(b) نسخة مكتوبة من شروط وأحكام الخدمة الإضافية يتم إرسالها عبر رسالة إلكترونية أو بالبريد العادي، حسب طلب المشارك.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

14.8. تطبيق الشروط التالية في الحالات التي يتم فيها شراء خدمة إضافية باستخدام جهاز التحكم عن بعد الخاص بالمتلفز:

14.8.1. يجب على المستخدم إدخال رمز PIN لكل عملية شراء للمحتوى، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر: الأفلام، الفيديو حسب الطلب، القنوات الممتازة، برامج الدفع حسب العرض، وما إلى ذلك؛

14.8.2. لا يمكن شراء المحتوى عن طريق إدخال رقم تعريف شخصي افتراضي؛ و

14.8.3. في أقرب وقت ممكن بعد عملية الشراء، يجب تزويد المشترك برسالة تأكيد ما بعد الاشتراك.

14.9. يتم تطبيق الشروط التالية، إلى أقصى حد ممكن، في الحالات التي يتم فيها شراء خدمة إضافية عبر الإنترنت أو عبر عملية شراء داخل التطبيق أو عن طريق جهاز ألعاب أو أي جهاز آخر يمكن استخدامه لذات الغرض وغير مشمول بشكل خاص في أي جزء آخر من هذه الأنظمة:

14.9.1. يجب إبلاغ المستهلك بالشروط والأحكام الرئيسية للخدمة الإضافية؛

14.9.2. يتعين على المستهلك إدخال كلمة مرور لمرة واحدة (OTP) لكل عملية شراء لتأكيد الموافقة على شراء الخدمة الإضافية؛

14.9.3. يجب على المرخص لهم الاحتفاظ بسجلات تمكنهم من إثبات أن كلمة المرور لمرة واحدة قد تم استخدامها في عملية الشراء وفي حالة الشراء أو الاشتراك المتنازع عليه، يجوز دعوة المرخص له المعني لتقديم هذه الأدلة عند اللزوم لإثبات امتثال عملية الشراء لهذه الأنظمة وأنه تم إدخال كلمة المرور لمرة واحدة أثناء عملية الشراء.

14.9.4. في حال عرض على المستهلكين خيار بنعم أو لا على الشاشة كجزء من عملية الشراء، يجب دائماً تحديد الخيار "لا" بشكل افتراضي لتجنب اختيار "نعم" بالخطأ؛ و

14.9.5. في أقرب وقت ممكن بعد عملية الشراء، يجب تزويد المشترك بما يلي:

(a) رسالة تأكيد ما بعد الاشتراك؛ و

(b) نسخة مكتوبة من شروط وأحكام الخدمة الإضافية يتم إرسالها عبر رسالة إلكترونية أو بالبريد العادي، حسب طلب المشترك.

## 15. سياسات الاستخدام العادل

15.1. يجب تصميم سياسات الاستخدام العادل بصورة عادلة ومعقولة لكل من المرخص له والمستخدم.

15.2. يجب على المرخص لهم نشر سياسات الاستخدام العادل الخاصة بهم واتخاذ الخطوات المناسبة لتوفيرها للمستهلكين عند الطلب. ويجب على المرخص له قبل إبرام عقد خدمة خاضعة لسياسة الاستخدام العادل، أن يبلغ المستهلك بأن الخدمة خاضعة لسياسة الاستخدام العادل مع اتخاذ جميع الخطوات المناسبة لشرح سياسة الاستخدام العادل بدقة عند طلبه ذلك.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

15.3. لكي تكون سياسة الاستخدام العادل منصفة ومعقولة فيجب أن تطبق فقط على المشتركين غير الاعتياديين أي أصحاب الاستخدام الثقيل الذين يشكلون أقلية صغيرة من قاعدة المشتركين الخاصة بالخدمة. وفقاً لأحكام 22.16 و 22.17 أعلاه، لن يتم الإعلان عن أي خدمة تخضع لسياسة الاستخدام العادل على أنها "غير محدودة"<sup>17</sup>.

## 16. فصل الخدمة بسبب عدم دفع الفواتير

16.1. في حال عدم دفع المشترك، خلال المدد الزمنية المنصوص عليها في العقد، لكامل أو جزء من قيمة الفاتورة إلى المرخص له مقابل الخدمات المقدمة له، يجب أن تخضع الإجراءات التي يتخذها المرخص له للحصول على المبلغ أو لفصل الخدمة لما يلي:

16.1.1. أن تكون مسبقة، كلما أمكن ذلك<sup>18</sup>، بإشعار فردي وتحذير ملائم للمشارك قبل أي قطع أو فصل للخدمة؛

16.1.2. أن ينحصر قطع أو فصل الخدمة، كلما أمكن ذلك، على الخدمات المعنية طالما كان ذلك قابلاً للتطبيق من الناحية الفنية.

16.2. يجب أن يحدد المرخص لهم في الإنذار المشار إليه في المادة الفرعية 16.1.1، الإجراءات اللازمة المطلوب من المشترك القيام بها لتجنب فصل الخدمة بسبب عدم الدفع، مع وصف الآثار المترتبة على عدم الدفع.

16.3. يجب على المرخص لهم محاولة حصر فصل الخدمة بالخدمة أو الخدمات المسببة للفصل. ويجب على المرخص لهم عدم تقييد استخدام المشترك للخدمات الأساسية غير القابلة للاستبدال، إلا إذا كانت تلك الخدمة هي سبب الفصل. ومع ذلك، إذا كانت الخدمة مزودة كجزء من باقة، يجوز للمرخص له فصل كامل الحزمة، حسب ما يراه مناسباً. ويجوز تجاهل هذه المادة إذا طلب مسؤول مفوض من جهة مختصة فصل الخدمة من أجل المصلحة العامة أو الأمن الوطني للدولة.

16.4. على المرخص لهم السماح للمشاركين بالوصول بشكل مستمر إلى أرقام الطوارئ خلال مراحل انقطاع الخدمة المتوسطة السابقة لقطع الخدمة نهائياً.

## 17. إصلاح الأعطال واستعادة الخدمة

17.1. في حالة انقطاع الخدمة أو ضعفها بسبب عطل في الشبكة، يتعين على المرخص له اتخاذ كافة الخطوات المعقولة لإصلاح العطل واستعادة الخدمة في أقرب وقت ممكن.

17.2. لا يجوز للمرخص لهم فرض رسوم على المستهلكين لتكلفة إصلاح الشبكة، ولا يجوز لهم فرض رسوم لزيارات الفنيين المعنيين بالإصلاح على النحو المشار إليه في المادة الفرعية 17.1.

## 18. خصوصية معلومات المشتركين

18.1. على المرخص لهم اتخاذ كافة التدابير المعقولة والملائمة لمنع الإفشاء أو الاستخدام غير المصرح به للمعلومات المتعلقة بالمشارك.

<sup>17</sup> في هذا السياق، يُفسر مصطلح "غير محدود" على أنه "غير محدود ويشمل أي مرادفات وتباينات ومشتقات لذلك المصطلح".  
<sup>18</sup> في حال نشوء نزاع مستهلك من هذه الأحكام لفصل الخدمة، يتعين على المرخص له إثبات عدم تمكنه من إرسال الإشعار والتحذير بشكل فردي.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

18.2. يجوز للمرخص له الإفصاح عن معلومات المشترك دون المساس بعمومية أحكام المادة الفرعية 18.1، إذا كان ذلك الإفصاح:

18.2.1. مسموح به قانوناً؛

18.2.2. مسموح به صراحة من قبل المشترك المعني؛

18.2.3. مسموح به صراحةً في أي بند من أحكام هذه اللائحة أو أي جانب آخر من الإطار التنظيمي؛

18.2.4. قد تم في سياق قيام المرخص له بعملية تدقيق ائتماني مع وكالة تصنيف ائتماني مشهورة؛

18.2.5. قد تم استجابةً لطلب قانوني من جهات إنفاذ القانون للمساعدة في التحري عن نشاط إجرامي؛

18.2.6. تم استجابةً لطلب قانوني من أية جهة مختصة بشأن الأمور المتعلقة بالمصلحة العامة و/أو أمور أمن الدولة؛ أو

18.2.7. تم للهيئة وفقاً لهذه اللائحة.

18.3. يجب على المرخص لهم اتخاذ جميع الإجراءات المناسبة لحماية خصوصية معلومات المشتركين التي يحتفظون بها في ملفاتهم، سواءً على شكل ورقي أم إلكتروني. ويجب على المرخص لهم اتخاذ الإجراءات الأمنية الموثوقة ضد المخاطر مثل ضياع المعلومات أو الاطلاع غير المصرح به أو التخريب أو التسريب أو الاستخدام غير الملائم أو التعديل و/أو الإفصاح غير المصرح به.

18.4. يجب على المرخص لهم تقييد الاطلاع على معلومات المشتركين وأن يقتصر ذلك على موظفيهم المدربين والمفوضين بما في ذلك موظفي ومدراء المرخص لهم والمقاولين المستقلين والمستشارين الذين يلتزمون بحماية المعلومات السرية للمرخص لهم (بما في ذلك معلومات المشتركين) من الاستخدام والإفصاح غير المصرح بهما بموجب أحكام اتفاقية مكتوبة. ويجب على المرخص لهم التأكد من أن يكون الموظفين الذين يتعاملون مع معلومات المشتركين على دراية تامة ومدربين بشكل مناسب على ممارسات حماية الأمن والخصوصية.

18.5. يجب على المرخص لهم الحصول على موافقة مسبقة من المشترك 19 قبل تبادل أية معلومات للمشارك مع فروعهم و/أو الأطراف الأخرى غير المعنية مباشرة بتزويد خدمات الاتصالات التي يطلبها المشترك.

18.6. يُحظر تماماً على المرخص لهم الذين لديهم اطلاع على معلومات المشتركين نتيجة للربط مع مرخص آخر استخدام معلومات المشتركين تلك لأية أغراض غير الربط، وخصوصاً عدم استخدام البيانات لأغراض تسويقية أو ممارسات مخلة بالمنافسة.

18.7. يجب على المرخص لهم أن لا يطلبوا من المشتركين تقديم أية معلومات شخصية تتعلق بأي شخص آخر 20 إذا كانت غير ضرورية أو غير مرتبطة بشكل مباشر بتزويد الخدمة المطلوبة ما لم يكن مطلوباً من المرخص له جمع مثل تلك المعلومات والبيانات بموجب تعليمات محددة من جهة مختصة تعمل لمصلحة الأمن العام أو الأمن الوطني.

18.8. في الحالات التي تستلزم بالضرورة تقديم معلومات المشترك إلى جهات تابعة أو طرف ثالث معني مباشرة بتزويد خدمات الاتصالات التي يطلبها المشترك، يجب على الأطراف الثالثة اتخاذ جميع الإجراءات المناسبة والملائمة لحماية سرية وأمن معلومات المشترك واستخدامها فقط إذا كانت مطلوبة لأغراض تقديم خدمات الاتصالات. ويجب

19 يجوز تقديم هذه الموافقة تعاقدياً خلال الفترة الزمنية التي يتم فيها صياغة العقد، شريطة وجود آلية دائمة يستطيع المشترك من خلالها أن يسحب تلك الموافقة واختيارها في مرحلة لاحقة إن رغب بذلك.  
20 مثل أسماء و/أو تفاصيل اتصال الأصدقاء وأفراد الأسرة.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

على المرخص له التأكد من أن يتضمن العقد بينه وبين أي طرف ثالث تحميل ذلك الطرف الثالث المسؤولية عن خصوصية وحماية معلومات المشتركين.

18.9. في الحالات التي يطلب فيها المشترك من المرخص له الإفصاح عن معلوماته لذلك المشترك، يجب على المرخص لهم الإفصاح عن ذلك بدون مقابل ومن دون تأخير بعد إجراء عملية تحقق كافية.

18.10. يجوز للهيئة أن تطلب من أي مرخص له تزويدها بأية معلومات مشتركين ضرورية لتمكينها من الوفاء بالتزاماتها. ويجب أن يكون هذا الطلب خطياً، وأن يقوم المرخص له الذي يتم توجيه الطلب له باتخاذ جميع الإجراءات المناسبة لتقديم معلومات المشترك المطلوبة حسب توجيهات الهيئة.

18.11. يجوز للهيئة بعد إرسالها إشعار إلى المرخص له أن تقوم بزيارة مباني المرخص له أو الجهات التابعة له التي يتم فيها تخزين معلومات المشترك لتمكين الهيئة من مراجعة الإجراءات الأمنية المتخذة من قبل المرخص له أو الجهات التابعة له من أجل المحافظة على أمن معلومات المشترك. ومن منطلق التصرف المنطقي وفي حال عدم اقتناعها بالترتيبات الأمنية في بعض المباني المعنية، تحتفظ الهيئة بحقها في إصدار تعليمات للمرخص له بأن يصدر تعليمات للجهات التابعة له لتعزيز الترتيبات الأمنية في تلك المباني المعنية أو ترحيل معلومات المشتركين المخزنة إلى مباني أكثر أمناً حسب ما تراه الهيئة ضرورياً ومبرراً.

## 19. معلومات الدليل الإلكترونية واستعلامات الدليل

### 19.1. بنود عامة

19.1.1. ما لم يرد نص محدد بخلاف ذلك، تنطبق أحكام المادة 19 بشأن النشر الإلزامي لدليل استعلامات مطبوع على توفير دليل استعلامات موحد بصيغة إلكترونية (للاترنت) فقط من قبل كل مرخص له. ومع مراعاة أحكام المادة 18، لا يمنع المرخص لهم من طباعة أدلة استعلامات ورقية أو إلكترونية أخرى (مثل أقراص مدمجة، أقراص فيديو، تطبيقات برمجيات وغيرها) بأي شكل يروونه مناسباً.

19.1.2. يجب على المرخص لهم الذين يخصصون أرقاماً تلفونية توفير معلومات الدليل على أن يتم توفيره على الإنترنت (خدمة معلومات الدليل) وعلى أساس الاستعلامات عبر المكالمات الهاتفية (خدمة استعلامات الدليل). ويجب توفير استعلامات الدليل على الانترنت مجاناً. ويحق للمرخص لهم تحصيل رسوم على المكالمات الصوتية لخدمة استعلامات الدليل، وعلى المرخص لهم نشر تكلفة هذه المكالمات.

19.1.3. يجب على المرخص لهم استخدام جميع الطرق المعقولة للتأكد من دقة وتحديث معلومات الدليل.

19.1.4. تصبح أحكام المادة 19.1.2 بشأن خدمات معلومات الدليل وخدمات استعلامات الدليل نافذة فوراً.

19.1.5. يجب ألا يقوم المرخص له بإعطاء أولوية لنشر (خدمة معلومات الدليل) أو تقديم (خدمة استعلامات الدليل) معلومات الدليل المتعلقة بمشركي ذلك المرخص له وأفضلية على حساب نشر أو تقديم معلومات الدليل المتعلقة بمشركي مرخص له آخر، وهذا يعني بأنه يجب على المرخص لهم تطبيق مبدأ عدم التمييز عند التعامل مع معلومات الدليل.

19.1.6. لا يوجد شيء في هذه اللائحة يمنع المرخص له من إدراج إعلانات للغير أو خدمات أخرى مضافة القيمة في خدمة معلومات الدليل عبر الانترنت. ومع ذلك لا يحق للمرخص له أن يطلب من مستهلك زائر أن يطلع على عدد معين من الإعلانات قبل السماح له بالبحث عن المعلومات في الدليل أو قبل إعادة نتائج أي بحث يقوم به. أما الإعلانات والروابط المتعلقة بالخدمات الأخرى مضافة القيمة،

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

مثلاً، فيجوز عرضها بالتزامن ضمن "شريط البحث" و/أو ضمن الصفحة (الصفحات) التي تعرض نتائج أي بحث.

## 19.2. معلومات الدليل – الأشخاص الطبيعيون

19.2.1. يجب أن تتضمن معلومات الدليل للمشاركين من الأشخاص الطبيعيين على الأقل ما يلي:

- (a) الاسم؛
- (b) المدينة؛
- (c) رقم الهاتف

19.2.2. لا يجوز للمرخص له نشر معلومات دليل تتعلق بشخص طبيعي ما لم يحصل على موافقة مسبقة صريحة من ذلك الشخص الطبيعي. ويجب على المرخص له السماح للمشاركين بسحب موافقتهم إن رغبوا بذلك.

## 19.3. معلومات الدليل – الأشخاص الاعتباريون

19.3.1. يجب أن تتضمن معلومات الدليل للمشاركين من الأشخاص الاعتباريين على الأقل ما يلي:

- (a) الاسم؛
- (b) ص.ب. البريد والمدينة؛
- (c) رقم الهاتف.

19.3.2. على المرخص لهم تزويد مشتركهم (الاعتباريين) بخيار عدم الموافقة على نشر معلومات الدليل الخاصة بهم.

## 19.4. معلومات الدليل – رسوم النشر

19.4.1. يجب على المرخص لهم، على الأقل، عرض المستوى الأساسي للخدمة في النشر الإلكتروني لمعلومات الدليل مجاناً. ويجب أن يفي هذا المستوى الأساسي للخدمة بأحكام المواد 19.2 أو 19.3 بما يتناسب مع نوع المشترك المعني، وأن يتم تقديمه مجاناً للمشارك.

19.4.2. مع مراعاة أحكام المادة 19.1.5، يجوز للمرخص لهم عرض أي أدلة استعلامات محسنة وفق ما يرونه مناسباً. ويمكن أن تتضمن هذه الخدمات المحسنة مثلاً قوائم بالخط الغامق أو الملون أو داخل مربع، ويجوز أن تتضمن أيضاً معلومات مثل الشعارات ومخططات المواقع وخرائطها وإرشادات الوصول إليها وغير ذلك. ويجوز للمرخص لهم استيفاء رسوم من المشاركين عن هذه الخدمات المحسنة بأسعار المرخص له المنشورة، شريطة أن يتم إشعار المشترك بحقه في اختيار خدمة المستوى الأساسي المجانية لمعلومات الدليل.

## 19.5. الدليل الإلكتروني (على الانترنت)

19.5.1. يجب على كل مرخص له توفير بوابة إلكترونية مصممة لتزويد المستهلكين بإمكانية وصول سهل إلى معلومات الدليل. ويجب أن تكون الطريقة التي يبحث المستهلكون بواسطتها عن معلومات الدليل غير متحيزة للمرخص له. وفي هذا الصدد يجب ألا يتم إجبار المستهلكين على اتباع إجراءات مختلفة لتطبيق أساليب/مسارات بحث مختلفة للحصول على المعلومات استناداً إلى حقيقة أن مرخص لهم آخرين قد خصصوا أرقاماً هاتفية.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

19.5.2. يجب على المرخص لهم التأكد من إبراز أرقام خدمات الطوارئ للشرطة والإسعاف والدفاع المدني بوضوح، مع توفير مرجعية واضحة لقائمة كاملة من أرقام الطوارئ الأخرى في جميع الأدلة بما في ذلك الدليل المحسن الذي قد يختار مرخص له أن ينشره.

19.6. استعلامات الدليل

19.6.1. يجب توحيد معلومات استعلامات الدليل في مصدر واحد بغض النظر عن المرخص له الذي يخصص الرقم الهاتفي. ويجب ألا يتم إلزام المستهلكين بإجراء مكالمات متعددة للحصول على معلومات الدليل استناداً إلى حقيقة أن مرخص لهم آخرين قد خصصوا أرقاماً هاتفية.

19.6.2. في حالة تسعير استعلامات الدليل على أساس زمني، فيجوز للمرخص لهم تقاضي الرسوم عن فترة المعاملة فقط، أي الوقت الفعلي المنقضي في المكالمات لغرض الاستعلام نفسه وليس على وقت الانتظار في نظام الانتظار.

## 20. شكاوى ونزاعات المستهلكين

20.1. يجب على المرخص لهم وضع إجراءات لمعالجة شكاوى المستهلكين والمحافظة عليها ودعم تسوية نزاعات المستهلكين من قبل الهيئة.

20.2. يجب على المرخص لهم تقديم المعلومات للمستهلكين بحيث تصف كيفية ومتى وأين يتم تقديم الشكوى، ويجب أن يكون الوصول إلى هذه المعلومات من قبل هؤلاء المستهلكين سهلاً.

20.3. يجب على المرخص لهم توفير تسهيلات كافية وملائمة لضمان تمكين الأشخاص من ذوي الإعاقة الجسدية أو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من الوصول لعملية معالجة شكوى المستهلك لدى المرخص له. كما يجب على المرخص لهم التأكد من تمثيل هؤلاء الأشخاص ذوي الإعاقة من قبل ممثليهم المفوضين من أجل تقديم شكوى على أن يكون من السهل التعرف على وسيلة التفويض والتحقق منها.

20.4. يجب على المرخص لهم تزويد المستهلكين بطريقة واحدة على الأقل لتسجيل الشكاوى بدون مقابل مالي على المستهلك.

20.5. يجب على المرخص لهم مساعدة أي مستهلك بشكل معقول، إذا طلب ذلك، من أجل صياغة وتسجيل شكواه لدى المرخص له.

20.6. يجب ألا تتسبب طرق المرخص لهم المتاحة للمستهلكين لتقديم الشكاوى في منعهم من تقديم شكواهم إلى المرخص له المعني.

20.7. يجب على المرخص لهم إسداء النصيحة للمستهلكين عند تقديم شكوى حول الإطار الزمني التقديري اللازم للمرخص له للتحقيق في الشكوى وحلها.

20.8. يجب على المرخص لهم الإقرار باستلام كل شكوى مستهلك من خلال إعطاء المشتكي رقماً مرجعياً للشكوى. ويجب تقديم هذا الإقرار فوراً في حالة الشكاوى المقدمة بواسطة الهاتف أو بالزيارة الشخصية وخلال خمسة (5) أيام عمل في حالة الشكوى الخطية.

20.9. الانتهاء من معالجة شكاوى المستهلكين:

20.9.1. يجب أن يسعى المرخص لهم إلى حل شكوى المستهلك من أول اتصال إن أمكن ذلك.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

- 20.9.2. بشكل عام، يجب على المرخص لهم حل شكاوى المستهلك في غضون ثلاثين (30) يوم عمل بعد استلام الشكاوى أو بأسرع وقت ممكن في جميع الأحوال.
- 20.9.3. يجب على المرخص لهم تمكين المشتكي من طرح استفسارات بشأن مجريات التحقيق في المسألة المرتبطة بشكواه.
- 20.9.4. إذا استغرقت فترة معالجة الشكاوى مدة تزيد عن ثلاثين (30) يوم عمل، على المرخص لهم إعلام مقدم الشكاوى بذلك بحيث يكون مطلعاً على التقدم المحرز في معالجة الشكاوى والتاريخ المتوقع لحلها.
- 20.9.5. عند انتهاء المرخص له من معالجة شكاوى المستهلك، يجب على المرخص له إعلام مقدم الشكاوى بنتيجة الشكاوى والحلول المعروضة، إن كان ذلك منطبقاً.

20.10. شكاوى المستهلك – السجلات والتقارير

- 20.10.1. يجب على المرخص لهم الاحتفاظ بسجلات لشكاوى المستهلكين لفترة لا تقل عن سنتين أو أية فترة أخرى محددة في الرخصة، بعد الانتهاء من معالجة شكاوى المستهلكين الفردية.
- 20.10.2. يجب على المرخص لهم تقديم بيانات تقارير شهرية إلى الهيئة وفقاً للتعليمات المستقلة الصادرة عن الهيئة والمعدلة من وقت لآخر.

20.11. نزاعات المستهلكين

- 20.11.1. يتعين على الهيئة إبلاغ المرخص له بنزاع المستهلك وعلى المرخص له الرد على الهيئة خلال ثلاثة (3) أيام عمل من تاريخ إبلاغ الهيئة للمرخص له.
- 20.11.2. يحق للهيئة خلال مجريات معالجة المرخص له لشكاوى المستهلكين و/أو معالجة الهيئة لنزاعات المستهلكين أن تصدر تعليمات إلى المرخص له لإعادة الخدمة للمستهلك، كلياً أم جزئياً، أو تنفيذ أية حل إنصافي آخر تعتبره معقولاً ومناسباً.
- 20.11.3. عند انتهاء تحقيق المرخص له في نزاع المستهلك وريثما تتم تسوية الشكاوى نهائياً، يجب على المرخص له الاتصال بالمستهلك وإعلامه بنتيجة الحل النهائي للشكاوى.
- 20.11.4. يحق للهيئة عند انتهاءها من تسوية نزاع المستهلك أن تُصدر تعليمات للمرخص له باتخاذ أي حل إنصافي تعتبره الهيئة معقولاً ومناسباً.
- 20.11.5. إجراءات تسوية نزاعات المستهلكين لدى الهيئة مبينة في الملحق 1 من هذه اللائحة.

21. تدقيق أنظمة الفواتير

- 21.1. يجب على المرخص لهم تدقيق أنظمة الفواتير الخاصة بهم وتقديم تقارير تدقيق موقعة إلى الهيئة في تلك الفترات التي تحددها الهيئة بشكل منفصل لكل مرخص له.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

## 22. الإعلان

### الأشخاص الخاضعون للمادة 22

22.1. على المرخص لهم اتخاذ كافة التدابير المعقولة لضمان الامتثال لأحكام المادة 22. وهذا يتضمن اتخاذ كافة التدابير المعقولة لضمان الامتثال لهذه المادة رقم 22 من قبل الشركاء الإعلانيين الذين سبق لهم القيام بأي نشاط أو أنشطة تخضع للمادة 22.

### الأنشطة الخاضعة للمادة 22

22.2. تطبق المادة 22 على أية إعلانات مباشرة أو غير مباشرة أو أي نشاط ينطوي عليه نفس الأثر أو أثر مشابه وتتصل أو تروج أو تشير أو تعتمد على أي منتج أو خدمة أو شخص منظم بحكم قانون الاتصالات أو المرخص له أو أية أداة تنظيمية تصدر عن الهيئة بموجب المرسوم بقانون.

### التزامات شاملة

22.3. على جميع الأشخاص الخاضعين للمادة 22 التأكد من أن تكون الإعلانات:

22.3.1. عادلة وصادقة وصريحة ودقيقة، وألا تعمل على تضليل أو خداع المستهلكين بصورة مباشرة أو ضمنية؛

22.3.2. ألا تستغل عدم الخبرة أو السذاجة؛

22.3.3. ألا تحرض أو تشجع أو تبدو متغاضية عن السلوكيات أو الممارسات غير القانونية أو غير الآمنة أو المعادية للمجتمع أو العنيفة أو غير الأخلاقية أو تقوم على التخويف أو استغلال مصائب أو معاناة الآخرين؛

22.3.4. أن تراعي وتطبق القيم الاجتماعية والثقافية والأخلاقية والدينية السائدة عموماً داخل الدولة وأن توفر حماية كافية لأفراد الجمهور من التعرض للمواد المؤذية و/أو المسيئة. ويجب ألا تحرض الإعلانات أو تشجع أو تصادق على أي سلوك غير متفق مع القيم الاجتماعية أو الثقافية أو الأخلاقية أو الدينية السائدة عموماً في الدولة. وتتضمن المواد غير المقبولة عموماً، على سبيل المثال لا الحصر، اللغة البذيئة والعنف والجنس والتعري والعنف الجنسي والإذلال وانتهاك الكرامة الإنسانية والتمييز العنصري في المعاملة أو اللغة والازدراء بالمواضيع والقيم الدينية ولا سيما بالنظر إلى الحساسيات في الدين الإسلامي واستخدام المخدرات والكحول والتبغ؛ و

22.3.5. أن تتقيد الإعلانات بكافة القوانين النافذة في الدولة.

22.4. عندما يكون الأشخاص الخاضعين للمادة 22 في شك من امتثال الإعلان للمادة 22، يجب عليهم توخي الحذر وضمان الامتثال.

### الإثبات والامتثال

22.5. يجب على المرخص لهم أن يكون لديهم ما قد يلزم من أدلة (وثائقية، مرئية، صوتية، إلخ) يمكنهم تقديمها عند طلب الهيئة لكي يثبتوا للهيئة أن كافة البيانات والحقائق والادعاءات وغيرها، سواء المباشرة أو غير المباشرة، الواردة في الإعلان دقيقة وأن الإعلان يتوافق مع هذه الأنظمة. يتعين على المرخص لهم الاحتفاظ بهذه الأدلة لمدة سنة واحدة بعد التوقف عن القيام بالنشاط الإعلاني المعني.

### سياق الإعلانات

22.6. في تحديد ما إذا كان الإعلان متوافق مع أي جانب من جوانب المادة 22 يؤخذ الآتي بعين الاعتبار:

22.6.1. سياق وطبيعة وشكل الإعلان ككل؛

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

22.6.2. تفاصيل وطبيعة المنتج أو الخدمة محل الإعلان؛

22.6.3. وسائل الإعلام المستخدمة (على سبيل المثال الراديو أو المواد المطبوعة) وخصائصها؛ و

22.6.4. الجمهور المستهدف وخصائصه واحتياجاته ومستوى خبرته الفنية وحساسيته.

#### الأطفال

22.6.5. يجب أن تراعي الإعلانات الموجهة للأطفال حساسيات ومشاعر الأطفال وأن تتجنب الضغط غير المبرر أو الاستغلالي عليهم.

#### الأسعار والأحكام والشروط

22.7. يجب أن تكون الإشارة إلى الأسعار والخدمات والأحكام واضحة وشفافة وألا تقوم على تضليل أو ارباك أو خداع المستهلكين أو يروج أن تكون كذلك. أما إذا كان من غير الممكن عملياً، ولأسباب وجيهة موضوعياً، إضافة جميع تفاصيل الأسعار والأحكام والشروط في الإعلان، يجب إضافة شرح لوسيلة وطريقة الوصول إلى المعلومات الكاملة في هذا الإعلان المعين؛

22.8. يجب ألا يتم الإعلان عن الأسعار أو الخدمات الجديدة أو المعدلة أو الإشارة إليها في أي إعلان إلا إذا كان هذا السعر أو الخدمة يتماشى مع الإطار التنظيمي لدى الهيئة.

22.9. يجب أن تكون كل الهوامش أو المؤهلات أو الادعاءات في الإعلانات، حيثما يكون ذلك مناسباً، مرئية بشكل واضح ومقروء، ومسموعة ومفهومة، ويجب ألا تتعارض أو تؤهل مادياً أو تغير أساس الإعلان. ولتجنب الشك، لا يستبعد ذلك توفير الإشارات إلى الأحكام والشروط المفصلة في الإعلان في مكان آخر. ويجب ألا يترتب على هذه الأحكام والشروط أي تعارض أو تأهيل مادي أو تغيير لأساسيات أي ادعاء وارد أو ضمنى في الإعلان.

22.10. في حال إساءة اقتباس أي بيان وارد من المرخص له في وسائل الاعلام، إلى الدرجة التي يؤدي أو قد يؤدي فيها إساءة الاقتباس إلى خرق واضح لهذه الأنظمة، على المرخص له اتخاذ الإجراءات المعقولة لسحب أو تصحيح أو اتخاذ غيرها من السبل العلاجية فيما يتعلق بالبيانات التي تمت إساءة اقتباسها بنفس الوسيلة التي تم من خلالها نشر الاقتباسات الخاطئة.

#### سرعات النطاق العريض

22.11. يجب أن تمتثل المطالب المتعلقة بسرعات التنزيل والتحميل الخاصة بالنطاق العريض الثابت لأحكام المادة 13.

22.12. عندما تختلف سرعات النطاق العريض الثابت من منطقة إلى أخرى، ينبغي على المرخص لهم توخي الحذر في الطريقة التي يتم بها وصف هذه السرعات في إعلاناتهم.

#### التزكيات والتأييدات وغيرها من التصريحات الدعائية

22.13. يجب أن تكون التزكيات والتأييدات أو الأجزاء المنقحة منها (المستخدمة في الإعلانات) واضحة ودقيقة وموثقة، وأن تكون معرفة بشكل واضح على أنها تمثل رأي الفرد أو الجهة الذي يصدر التصريح أو الذي يعبر عن الموقف. وفي حال تعويض الفرد أو الجهة عن التزكية و/أو التأييد فيجب ذكر ذلك بوضوح في جميع المواد التي تتضمن التزكية و/أو التأييد عندما يكون الأمر ضرورياً بشكل معقول لإفهام المستهلك بأن التزكية أو التأييد هو إعلان تم تعويض ذلك الفرد أو الجهة عنه.

22.14. يجب عدم استخدام كلمة "مجانياً" في الإعلانات إلا في الحالات التالية:

22.14.1. عند استخدامها فيما يتعلق بعرض لا يتضمن أي التزام مالي أياً كان نوعه؛ أو

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

22.14.2. أو إذا كان الالتزام الوحيد هو دفع رسوم الشحن و/أو المناولة على ألا تتجاوز هذه الرسوم سعر التجزئة المعقول للمناولة أو النقل أو التسليم الفعلي للمنتج أو الخدمة؛ أو

22.14.3. أو عند استخدامها أثناء عملية شراء منتج منفصل أو خدمة منفصلة، شريطة ألا تتم زيادة سعر المنتج المرافق أو الخدمة المرافقة بالتزامن مع ضمه في العرض.

22.15. إن استخدام كلمة "مجاناً" لوصف حزمة الخدمات أو عناصر حزمة الخدمات المشمولة "مجاناً"، لا يشكل انتهاكاً لأحكام المادة 22.14. فمثلاً يمكن قبول استخدام جمل مثل: "يتضمن سعر الاشتراك xx رسائل نصية مجانية في الشهر" أو "يتضمن سعر الاشتراك xx ميجابايت/جيجابايت استخدام مجاني للبيانات في الشهر"، ودائماً شريطة أن تكون هذه التفاصيل صحيحة ودقيقة.

22.16. لا يجوز استخدام مصطلح "غير محدود"<sup>21</sup> في أي إعلان ما لم يتم توفير الخدمة دون أي قيود<sup>22</sup> باستثناء القيود المتأصلة الموجودة في أي شبكة.

22.17. في موعد لا يتجاوز شهرين (2) من التاريخ الذي تدخل فيه هذه الأنظمة حيز التنفيذ، يتعين على المرخص لهم إزالة جميع الإعلانات التي تستخدم مصطلح "غير محدود" ما لم يكن الإعلان المعني يتعلق بخدمة مقدمة بلا حدود وفقاً لـ 22.16 أعلاه.

#### إعلان المقارنة وتشويه السمعة

22.18. إعلانات المقارنة مسموح بها طالما توافقت مع هذه الأنظمة. ويجب مراعاة الأمور التالية في مثل هذه الإعلانات:

22.18.1. عدم انتقاد أو تشويه سمعة المرخص لهم الآخرين أو خدماتهم أو منتجاتهم أو علاماتهم التجارية أو أسمائهم التجارية أو العلامات المميزة الأخرى بشكل غير عادل؛

22.18.2. الامتناع عن الحكم على وإبداء الرأي حول المرخص لهم الآخرين أو منتجاتهم أو خدماتهم؛

22.18.3. الاعتماد فقط على البيانات والحقائق الموضوعية التي يمكن إثباتها بوضوح والتي لم يتم تحديدها أو عرضها ظلماً؛

22.18.4. التكلم فقط عن العروض أو الخدمات المماثلة.

22.19. إذا كانت المقارنة صالحة فقط في ظروف محدودة، فينبغي تجنبها ما لم يمكن تفسير ذلك بوضوح في الإعلان. إذا كانت المقارنة مثلاً صحيحة فقط في حالة اتصال المستخدم في وقت معين من النهار أو خلال فترة محددة أو إلى بلد محدد، فيجب ذكر ذلك التقييد بوضوح في جميع المواد التي تبين المقارنة.

22.20. إذا كانت إعلانات المقارنة تقارن الأسعار وفق آليات تسعير مختلفة، فيجب شرح الفروق بشكل واضح في جميع المواد التي تبين المقارنة.

22.21. على المعلنين دائماً ممارسة أقصى قدر من العناية عند استخدام إعلانات المقارنة.

<sup>21</sup> في هذا السياق، يُفسر مصطلح "غير محدود" على أنه "غير محدود ويشمل أي مرادفات وتباينات ومشتقات لذلك المصطلح"  
<sup>22</sup> غير محدود أو مقيد بأي طريقة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، القيود من حيث العدد أو الكمية أو السرعة أو النطاق أو الجودة، إلخ.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

#### التقليد والهوية

22.22. يجب ألا يكون أي إعلان شبيهاً إلى حد كبير بإعلان صادر سابقاً عن مرخص له آخر من حيث التصميم العام أو النص أو الشعار أو الهيئة المرئية أو السمات السمعية بحيث يؤدي ذلك التشابه أو قد يؤدي إلى تضليل أو إرباك أو خداع المستهلكين.

22.23. يجب أن يكون واضحاً للمستهلكين في جميع الإعلانات من هو الشخص الذي سيكون مسؤولاً لهم من الناحية القانونية بالنسبة للمنتج أو الخدمة التي يتم الإعلان عنها.

#### المضايقة أو الإكراه

22.24. يجب ألا تكون الإعلانات تطفلية أو إكراهية بشكل يتنافى مع الأصول وأن لا تضايق أو يُحتمل أن تضايق المستهلكين. ومن بين بعض العوامل التي يمكن النظر فيها عند تحديد ذلك توقيت وطبيعة واستمرارية الإعلان.

22.25. يجب على المرخص لهم، فضلاً عن شركائهم الإعلانيين، التأكد من أن يكون لديهم النظم اللازمة بغية الامتثال لطلبات المستهلكين (شفوياً أو خطياً) بعدم الاتصال بهم لأغراض دعائية في أوقات محددة أو من خلال وسائل محددة أو على الإطلاق.

#### الإعلانات الخاصة بالمنتجات أو الخدمات التي تستخدم رقم مميز

22.26. يجب على المرخص تأمين الحماية الكافية والمناسبة مع أي شخص، بما في ذلك الأعمال التجارية الخاصة بهم، الذين يزودهم بالأرقام المميزة المستخدمة لتوفير أو فرض رسوم على تزويد الخدمات أو المنتجات و، حيثما كان ذلك مناسباً، الإلزام تعاقدياً بالامتثال لأحكام المادة الفرعية والمادة الفرعية 22.27:

22.27. يجب أن تراعي الإعلانات الخاصة بالأرقام المميزة الآتي:

22.27.1. أن تكون تذكر بوضوح رسوم المكالمات/الرسائل النصية (شاملة جميع الضرائب إن وجدت)؛ و

22.27.2. أن تشير إلى الأسعار بصيغة رقمية في الدقيقة بالنسبة للخدمات المبنية/المحتسبة على الوقت أو وحدة التسعير ذات الصلة أو إجمالي التكلفة القصوى للمستهلك.

#### العروض الترويجية مع الجوائز

22.28. يجب إعداد العروض الترويجية القائمة على الجوائز بمسؤولية وينبغي أن تلتزم بفحوى الأنظمة وليس بمعناها الحرفي. العروض الترويجية مع الجوائز:

22.28.1. يجب نشرها بطريقة واضحة وأن تكون مفهومة بسهولة من قبل الجمهور المستهدف؛

22.28.2. يجب ألا تخط بين الهدايا والجوائز؛

22.28.3. يجب أن تذكر بوضوح أية قواعد أو تعليمات للمشاركة أو تواريخ أو مواعيد أو أية عوامل أخرى يرجح أن تؤثر على فهم المستهلكين للعروض الترويجية كما يجب أن يتم شرح ذلك في الإعلانات بشكل دقيق وواضح وتام. أما إذا كان من غير الممكن عملياً ولأسباب مقنعة إضافة جميع التفاصيل في الإعلان، يجب إضافة وسيلة وطريقة للوصول إلى المعلومات الكاملة في جميع المواد المتعلقة بالعروض الترويجية؛

22.28.4. أن تكون عادلة جلياً وألا تتم عرقلة المشاركة فيها لأمر مثل الشروط المعقدة أو تطبيق شروط غير منطقية على المشاركة أو الحصول على الجوائز؛

22.28.5. أن تتقيد تماماً بكافة القوانين والأنظمة النافذة في الدولة.

أنظمة حماية المستهلك، النسخة رقم 1.4، تاريخ الإصدار 20 مارس 2019

## 23. نشر الملائحة

23.1. تقوم الهيئة بنشر هذه الأنظمة بأكملها على موقعها على الإنترنت.

## 24. الأحكام الختامية وتاريخ السريان

24.1. ما لم ترد نية مخالفة على وجه التحديد لأحكام محددة واردة في هذه الأنظمة، تدخل هذه الأنظمة حيز التنفيذ في يوم صدورها.

24.2. يتم بموجبه إلغاء الأدوات التالية:

24.2.1. التعليمات الإلزامية بشأن عمليات الاشتراك في تطبيقات الطرف الثالث، الصادرة في 1 فبراير 2017؛

24.2.2. التعليمات الإلزامية الموسعة بشأن عمليات الاشتراك في تطبيقات الطرف الثالث، الصادرة في 30 أبريل 2017؛

24.2.3. القرار التوجيهي رقم 1 لسنة 2016 بشأن التطبيق التلقائي لحدود الاستخدام القصوى على كافة باقات البيانات المتنقلة

24.2.4. الأدوات: TRA/RA/18/1616 و TRA/RA/18/1638 و TRA/RA/18/1639 و TRA/RA/18/1640 على النحو الذي صدرت فيه بشكل فردي للمرخص لهم في 15 أكتوبر 2018 بشأن رسوم إنهاء العقود.

24.2.5. الأدوات: TRA/RA/17/1814 و TRA/RA/17/1815 على النحو الذي صدرت فيه بشكل فردي للمرخص لهم في 23 أكتوبر 2017 بالإضافة إلى الأدوات التالية: TRA/RA/17/1955 و TRA/RA/17/1956 على النحو الذي صدرت فيه بشكل فردي للمرخص لهم في 5 ديسمبر 2017 فيما يتعلق باستخدام مصطلح "غير محدود" في الإعلانات.