



أنظمة

أنظمة حماية المستهلك

النسخة 1.2

24 ديسمبر 2015

هيئة تنظيم الاتصالات
صندوق بريد 26662، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة
www.tra.gov.ae

tra.gov.ae

ص.ب. 26662، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة هاتف +971 2 626 9999
PO Box 26662, Abu Dhabi, United Arab Emirates فاكس +971 2 611 8229

أنظمة حماية المستهلك

المحتويات

3	المقدمة	1
4	التعريف	2
6	أحكام عامة	3
6	تقديم المعلومات للمستهلكين (ما قبل العقد)	4
8	تقديم عقود المشتركين	5
9	تفعيل وإيقاف خدمات الاتصالات	6
10	مراقبة استهلاك المشتركين للخدمة وشفافية الأسعار خلال استهلاك الخدمة	7
11	الإشعار بشأن الزيادة في الأسعار والإشعار بشأن تكاليف التجوال	8
12	فواتير وإيصالات المشتركين	9
12	سياسات الاستخدام العادل	10
13	فصل الخدمة بسبب عدم دفع الفواتير	11
13	خصوصية معلومات المشتركين	12
15	معلومات الدليل الإلكترونية واستعلامات الدليل	13
17	شكاوى ونزاعات المستهلكين	14
18	تدقيق أنظمة الفواتير	15
19	الإعلان	16
22	نشر اللائحة	17
23	تاريخ السريان	18

الملاحق

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

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

1 المقدمة

1.1 تاريخ الوثيقة (الإصدارات)

التاريخ	النسخة	التفاصيل								
30 يناير 2014	1.0	<p>صدرت هذه اللائحة لأول مرة في 30 يناير 2014 لتحل محل الأدوات التنظيمية التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> • سياسة خصوصية المعلومات الخاصة بالمستهلك، النسخة 1.0، الصادرة في: 31 مايو 2005؛ • سياسة شفافية الأسعار، النسخة 1.0، الصادرة في: 24 يونيو 2007؛ • إجراءات شكاوى ونزاعات المستهلكين، النسخة 1.0، الصادرة في: 17 أبريل 2007؛ • سياسة ممارسات التسويق والاتصال، النسخة 1.0، الصادرة في: 1 فبراير 2008؛ و • سياسة معلومات الدليل، النسخة 2.1، الصادرة في: 14 سبتمبر 2009. 								
27 أكتوبر 2014	1.1	<p>تم تحديث اللوائح لتوفير قدر أكبر من الوضوح إلى ما كانت عليه المادة الفرعية 8.1 في الإصدار 1.0. وقد تم إجراء التعديلات التالية على هذه اللوائح:</p> <table border="1"> <tr> <td>إشارة إلى النسخة 1.0</td> <td>إشارة إلى النسخة 1.1</td> </tr> <tr> <td>المادة الفرعية 1.1</td> <td>تحديث المادة الفرعية 1.1 لإظهار تاريخ الوثيقة.</td> </tr> <tr> <td>المادة الفرعية 8.1</td> <td>أعيدت صياغتها إلى المواد الفرعية 8.1 و8.2 و8.3</td> </tr> <tr> <td>المواد الفرعية 8.2 و8.3 و8.4</td> <td>أعيد ترقيمها إلى المواد الفرعية 8.4 و8.5 و8.6 على التوالي.</td> </tr> </table>	إشارة إلى النسخة 1.0	إشارة إلى النسخة 1.1	المادة الفرعية 1.1	تحديث المادة الفرعية 1.1 لإظهار تاريخ الوثيقة.	المادة الفرعية 8.1	أعيدت صياغتها إلى المواد الفرعية 8.1 و8.2 و8.3	المواد الفرعية 8.2 و8.3 و8.4	أعيد ترقيمها إلى المواد الفرعية 8.4 و8.5 و8.6 على التوالي.
إشارة إلى النسخة 1.0	إشارة إلى النسخة 1.1									
المادة الفرعية 1.1	تحديث المادة الفرعية 1.1 لإظهار تاريخ الوثيقة.									
المادة الفرعية 8.1	أعيدت صياغتها إلى المواد الفرعية 8.1 و8.2 و8.3									
المواد الفرعية 8.2 و8.3 و8.4	أعيد ترقيمها إلى المواد الفرعية 8.4 و8.5 و8.6 على التوالي.									
24 ديسمبر 2015	1.2	تحديث الأنظمة لتعزيز و/أو توضيح بعض الأحكام.								

<p>المادة 2 – تم تعديل بعض التعاريف (على سبيل المثال استبدال تعريف الممارسات التسويقية بالإعلانات). بالإضافة إلى إدراج تعاريف جديدة مختلفة لتوفير السياق والتوضيح اللازمين لهذه الأنظمة.</p> <p>1.2 المادة 3 – تمديد أحكام المادة 3 للإيضاح والتأكيد.</p> <p>المادة 14 – تقليل المدد الزمنية المحددة للمرخص لهم للتعامل مع الشكاوى والنزاعات الخاصة بالمستهلكين.</p> <p>المادة 16 – تغيير تسمية "ممارسات التسويق" إلى "الإعلانات" وإعادة صياغة المادة لتعكس هذا التغيير.</p> <p>وقد تم إجراء تعديلات أخرى على هذه الأنظمة.</p>		
--	--	--

- 1.3 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.
- 1.4 تم إصدار هذه الأنظمة عملاً بأحكام المرسوم بقانون والصلاحيات المنوطة بالهيئة.
- 1.5 تطبق هذه الأنظمة على جميع المرخص لهم في الدولة. وعلى المرخص لهم إلزام وكلائهم وممثليهم بالالتزام بهذه الأنظمة.
- 1.6 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

- 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 "المعلن" يقصد به أي شخص، كما يرد وصفه في المادة الفرعية 16.1 والمادة الفرعية 16.24 (بقدر ما تكون قابلة للتطبيق) من هذه الأنظمة، يقوم بالإعلان؛
- 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 والتي تتم للترويج لمنتج أو خدمة أو شخص ما للمستهلكين.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 2.1.3 **"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 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 ووسائط البث الإعلامي، وفي المنتديات العامة؛
- 2.1.4 **"إعلان المقارنة"** يعني الإعلان الذي يقوم بأي شكل من الأشكال (صراحة أو ضمناً) على تحديد المنافس أو المنتج أو الخدمة التي يوفرها المنافس؛
- 2.1.5 **"المستهلك"** يعني أي شخص، سواء كان شخصاً طبيعياً أم اعتبارياً باستثناء المرخص لهم، يستفيد أو قد يستفيد من خدمة اتصالات عامة مقدمة من قبل المرخص لهم.
- 2.1.6 **"شكوى المستهلك"** تعني أية مراسلات أو اتصالات مسجلة عن طريق أية وسيلة مناسبة في أي مكان مفوض من قبل المرخص له لهذه الأغراض يقدمها مشترك ويعبر فيها عن عدم رضاه أو تظلمه بشأن تقديم المرخص له لخدمة الاتصالات العامة لذلك المشترك أو من مستهلك يعبر عن عدم رضاه أو تظلمه بشأن موضوع يقع ضمن نطاق أعمال المرخص له المباشرة بحيث يكون للمستهلك بعض من المصلحة المشروعة في ذلك؛
- 2.1.7 **"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 نطاق أعمال المرخص له المباشرة بحيث يكون للمستهلك بعض من المصلحة المشروعة في ذلك؛
- 2.1.8 **"الشخص"** يعني أي شخص طبيعي أو اعتباري؛
- 2.1.9 **"الرقم الممتاز"** 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؛
- 2.1.10 **"الأنظمة"** أو **"هذه الأنظمة"** تعني أنظمة حماية المستهلك، بما في ذلك أية ملاحق لها الصادرة من قبل الهيئة وتعديلاتها من وقت لآخر
- 2.1.11 **"المشترك"** يعني الشخص، باستثناء المرخص له، الذي يبرم عقداً مع المرخص له لتزويد ذلك الشخص بخدمات الاتصالات؛
- 2.1.12 **"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؛
- 2.1.13 **"المرسوم بقانون"** يعني المرسوم بقانون اتحادي رقم (3) لسنة 2003 بشأن تنظيم قطاع الاتصالات وتعديلاته؛

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 2.1.14 "التعليمات المؤقتة" تعني التعليمات التي قد تصدرها الهيئة عملاً بالمادة الفرعية 3.5 من هذه الأنظمة؛
- 2.1.15 "الطرف الآخر" يعني أي شخص يمكن تفسيره بشكل معقول على أنه موزع أو تاجر أو وكيل أو متعاقد من الباطن أو ممثل للمعلن؛
- 2.1.16 "الهيئة" تعني هيئة تنظيم الاتصالات والتي تعتبر الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات استناداً لأحكام المادة (6) من المرسوم بقانون.

3 أحكام عامة

- 3.1 يُشجّع المرخص لهم بالعمل على تعزيز الوعي، وبشكل عام مساعدة المشتركين لديهم للحصول على أفضل خدمات ومنتجات الاتصالات المستخدمة من قبل المشترك.
- 3.2 بالرغم من عمومية الأحكام الواردة في المادة 3.1، يجوز للهيئة من وقت لآخر، وفق تقديرها المعقول، أن تطلب من المرخص لهم تعزيز وعي المشتركين لديهم حول أمور معينة حسب ما تصفه وتبرره الهيئة في حينه.
- 3.3 إذا خلص إلى حدوث انتهاك لأحكام 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.
- 3.4 يجوز للهيئة، حسبما تراه معقولاً ومناسباً، وعقب الاستشارة، إصدار إرشادات بشأن جوانب محددة من تطبيق المواد الفردية أو المواد الفرعية من هذه الأنظمة.
- 3.5 يجوز للهيئة، حسبما تراه معقولاً، أثناء التحقيق في شكوى عن انتهاك المادة 16 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 تحديد ما إن كان ينبغي إصدار التعليمات المؤقتة، يجب على الهيئة أن تضع في اعتبارها تعقيد الحالة والأثر المحتمل على المستهلكين وسوق الاتصالات وقوة الأدلة المتوفرة. تولي حماية المستهلك أهمية قصوى في مثل هذه الحالات. تطبيق التعليمات المؤقتة خلال الفترة التي تحددها الهيئة. يشكل خرق التعليمات المؤقتة انتهاكاً لهذه الأنظمة.

4 تقديم المعلومات للمستهلكين (ما قبل العقد)

- 4.1 يجب على المرخص لهم اتخاذ جميع الخطوات المناسبة لتقديم التفاصيل حول أحكام وشروط الخدمات العادية المقدمة من قبل المرخص لهم للمستهلكين لكي يكون المستهلك قادراً على اتخاذ قرارات مدروسة.
- 4.2 يجب على المرخص لهم التأكد من أن تكون المعلومات المشار إليها في المادة 4.1:
- 4.2.1 دقيقة وكاملة؛
- 4.2.2 متوفرة باللغتين العربية والانجليزية حسبما يفضله المستهلك؛
- 4.2.3 مقدمة قبل دخول المستهلك في عقد مع المرخص له؛ و

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 4.2.4 مقدمة بلغة مبسطة.
- 4.3 اعتماداً على طبيعة الخدمة المطلوبة وقناة البيع المعيّنة والمعلومات المتاحة للمستهلك نتيجة لبيع خدمات أخرى قد يكون المستهلك طلب الاشتراك بها، يجب على المرخص لهم اتخاذ كافة الخطوات المعقولة لإعلام المستهلك بشكل ملائم خلال مرحلة ما قبل العقد وقبل تقديم أية خدمة له بشأن الأمور التالية:
- 4.3.1 تفاصيل تتضمن قيمة جميع الأسعار وعناصر السعر المطبقة على تقديم الخدمة مع بيان أسعار الخدمات، بما في ذلك أية تأمينات أو دفعات مقدمة؛
- 4.3.2 تفاصيل حول أية خصومات أو عروض خاصة تنطبق على توريد الخدمة والفترة أو الفترات المرتبطة بمثل هذه الخصومات والشروط المنطبقة على انتهاء أية خصومات أو عروض خاصة، إن لزم الأمر؛
- 4.3.3 تفاصيل حول أية رسوم إنهاء (شاملة رسوم أية معدات أو أجهزة يوفرها المرخص له) يتم تطبيقها في حال خروج المستهلك من العقد قبل انتهائه؛
- 4.3.4 تفاصيل حول أية 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 وتفاصيل أية رسوم تصبح مستحقة الدفع عند تجاوز مثل تلك التحديدات؛
- 4.3.5 الفترات التي يصبح فيه السعر مستحق للدفع أو الظروف المؤدية إلى استحقاق الدفع؛
- 4.3.6 الظروف التي تختلف فيها الأسعار خلال فترة العقد؛
- 4.3.7 أية رسوم استئجار قد لا تزال سارية خلال فترة أي انقطاع لتلك الخدمة المعيّنة، إذا أمكن ذلك؛
- 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 الدفعات المقدمة "مثلاً التأمينات" 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 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؛
- 4.3.11 أي تعويض أو استرداد أو ترتيبات أخرى تنطبق في حالة عدم وفاء المرخص له بالتزاماته "مثل جودة الخدمة"، إذا أمكن ذلك؛ و
- 4.3.12 أية شروط أو قيود أخرى سارية.
- 4.4 إذا كانت الخدمة مقدمة ضمن حزمة مع خدمة أخرى أو منتج آخر، يجب على المرخص لهم إعلام المستهلكين حول السعر الذي يجب على المستهلك دفعه في حال حصوله على تلك الخدمة أو ذلك المنتج بشكل منفصل وأية شروط أو أحكام أو قيود إضافية تنطبق على ذلك.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

5 تقديم عقود المشتركين

5.1 استناداً إلى طبيعة الخدمة المعنية وقناة البيع المحددة، على المرخص لهم تقديم عقود مكتوبة 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 يكون عقد المشترك مكتوب باللغة العربية أو اللغة الإنكليزية حسب اختيار المشترك.

5.3 يجب أن يتضمن العقد¹، على الأقل، 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؛

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 وتفاصيل أية رسوم تصبح مستحقة الدفع عند تجاوز مثل تلك التحديدات؛

5.3.7 التصرف أو الأحداث التي تؤدي إلى نشوء الحق في إنهاء العقد قبل انتهاء 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؛

¹ 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، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 5.3.13 الأحكام والشروط المتعلقة بظروف مثل الانقطاعات 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 حول موافقة المستهلك على أحكام العقد، إذا كان ذلك ممكناً وعملياً.
- 5.5 يجب على المرخص لهم مراجعة أحكام عقود خدماتهم بشكل منتظم للتأكد من الالتزام بالإطار التنظيمي للهيئة وأية قوانين وأنظمة أخرى في الدولة.
- 5.6 يجب تزويد المشترك بنسخة من العقد في نقطة البيع، وتزويده دائماً بنسخة من العقد عند طلبه ذلك، إذا كان ذلك ممكناً وعملياً.
- 5.7 يحق للهيئة ضمن حدود المعقول أن تطلب من المرخص له تعديل العقد مع المشتركين بالقدر الذي يتعلق بما يلي:
- 5.7.1 إذا كانت العقود غير ملتزمة بالإطار التنظيمي؛
- 5.7.2 إذا كانت التعديلات التي تطلبها الهيئة لغرض حصري ألا وهو ضمان الالتزام بالإطار التنظيمي؛
- 5.7.3 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.
- 5.8 تقوم الهيئة بتبرير أي متطلبات مذكورة في المادة الفرعية 5.7 وفقراتها الفرعية حالة بحالة، إذا وكلما اقتضت الحاجة.

6 تفعيل وإيقاف خدمات الاتصالات

- 6.1 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:
- 6.1.1 حصل المرخص له على الموافقة المسبقة من المشترك صاحب الرقم قبيل تعطيله؛ أو
- 6.1.2 حصل المرخص له على الموافقة الخطية المسبقة من الهيئة.
- 6.2 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.
- 6.3 يجب أن لا 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.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

6.4 لا تنطبق أحكام المادة الفرعية 6.3 على الحالات التي يتم فيها تمديد أو تجديد خدمة موجودة، أي خدمة طلبها المشترك بشكل صريح، وتم تمديد أو تجديدها حسب الشروط المتوافقة مع شروط العقد الخاص بتلك الخدمة الموجودة؛ أو الحالات التي لا تمس بحقوق المشترك بصورة مطلقة أو التي تصب في مصلحة المشترك بشكل قاطع. ويجوز للهيئة نشر وتحديث إشعارات إرشادية أخرى حول هذا الموضوع من أجل تقديم المشورة والإرشاد حول كيفية تفسير هذه الأحكام.

6.5 يجب على المرخص لهم اعتماد إجراءات خاصة للتأكيد على المشتركين بخصوص تفعيل أو إيقاف أو الانتقال بين الخدمات و المزايا، بالقدر المجدي والممكن عملياً.

6.6 يجب على المرخص لهم، بالقدر المجدي والممكن عملياً، 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 6.6.

6.7 يجب أن لا يطلب من المشترك زيارة مركز أعمال تابع للمرخص له لإلغاء/إيقاف الخدمات أو المزايا الفردية إلا في حالات الإلغاء النهائي للخدمة، أو الحالات التي تتطلب إعادة الأجهزة الخاصة بالمرخص لهم أو في الحالات المبررة بشكل موضوعي. ويجب على المرخص لهم التأكد من أن تكون طرق إلغاء الخدمة مريحة وليست معقدة أكثر مع طرق طلب 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.

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

6.9 في الحالات التي يطلب فيها المرخص لهم من المشتركين إيداع تأمين لدى المرخص لهم (مثل مبلغ تأمين عن التجوال الدولي)، فيجب أن يكون لدى المرخص لهم إجراء لرد هذه التأمينات إلى المشتركين. ويجب أن لا يكون هناك أي قيود على إعادة التأمينات وأن لا يكون الإجراء مرهقاً للمشارك مقارنة مع الإجراء الذي استخدمه المرخص له عند تحصيله لذلك التأمين.

6.10 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 أن لا تؤدي تلك الترقية إلى المساس بحقوق المشترك بشكل لا لابس فيه أو تصب في صالح المشترك بشكل مؤكد.

7 مراقبة استهلاك المشتركين للخدمة وشفافية الأسعار خلال استهلاك الخدمة

7.1 كلما أمكن ذلك، يجب على المرخص لهم توفير وسيلة مجانية يستطيع المشترك من خلالها مراقبة استهلاكه للخدمة خلال أية فترة زمنية في حالة الخدمة المدفوعة مقدماً، وكذلك وسيلة مجانية يستطيع المشترك من خلالها معرفة رصيد حسابه.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 7.2 في الحالات التي تتضمن فيها خطة الخدمة مقدراً من وحدات الخدمة "المجانية"²، يجب على المرخص له أن يوفر كلما أمكن ذلك وسيلة يستطيع المشترك من خلالها فحص الاستخدام الحالي في أي وقت وتحديد مقدار وحدات الخدمة المشمولة التي لم يتم استهلاكها بعد
- 7.3 فيما يتعلق بأحكام المادتين 7.1 و 7.2، يُشجّع المرخص لهم على تطوير أدوات آلية مثل "تطبيقات الهاتف الذكي" أو أية أدوات أو تطبيقات أخرى لتقديم معلومات شفافة للمستهلكين في الزمن الحقيقي وبشكل سلس دون تكلفة. وإن أحكام هذه المادة الفرعية 7.3 ليست إلزامية.
- 7.4 يجب على المرخص لهم تزويد المشتركين، عند الطلب وفي الوقت المناسب، بمعلومات دقيقة ومحدّثة حول الأسعار والشروط والخيارات المتعلقة بأولئك المشتركين.
- 8 الإشعار بشأن الزيادة في الأسعار والإشعار بشأن تكاليف التجوال**
- 8.1 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.
- 8.2 مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 8.3، 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 زيادة الأسعار؛ تاريخ نفاذ زيادة السعر وتفاصيل الآلية التي تمكن المشتركين -وفقاً لأحكام المادة الفرعية 8.1 أعلاه- من الانسحاب وإنهاء عقودهم.
- 8.3 يجب على المرخص لهم استخدام كافة الوسائل المعقولة لتقديم الإشعار المشار إليه في المادة الفرعية 8.2 وفي هذا السياق تشمل تلك الوسائل على الأقل: الإعلان على الأقل في 3 صحف محلية باللغة العربية والإعلان على 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).
- 8.4 مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 8.6، 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.
- 8.5 مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 8.6، 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.
- 8.6 يجب توفير المزايا المشار إليها في هذه المادة الفرعية 8.4 والمادة الفرعية 8.5 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.

²مثلاً تتضمن عروض الخدمات المختلفة عدداً من الدقائق "المجانية" و/أو عدداً من الرسائل النصية "المجانية" و/أو السماح باستخدام "المجاني" للبيانات أو أي مجموعة مما سبق.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

9 فواتير وإيصالات المشتركين

9.1 يجب على المرخص لهم اتخاذ جميع الإجراءات المناسبة لتزويد المشتركين بخدمات الدفع الآجل بفواتير دقيقة وواضحة. ويجب أن يتم تقديم الفواتير مجاناً؛ وأن تكون مكتوبة إما باللغة العربية أو الإنجليزية (حسب خيار المشترك)؛ وأن تبين تفاصيل الرسوم الواردة فيها؛ وأن يتم تقديمها على شكل ورقي أو إلكتروني (حسب خيار المشترك).

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

9.3 يجب أن تتضمن فواتير المشتركين ما يلي كحد أدنى:

9.3.1 الاسم والعنوان المسجل للمرخص له الذي يصدر الفاتورة.

9.3.2 رقم حساب المشترك.

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

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

9.3.5 تاريخ استحقاق الدفع للمرخص له؛

9.3.6 طريقة أو طرق الدفع للمرخص له؛

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

9.4 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.

9.5 يجب على المرخص لهم، إلى أقصى حد ممكن، تزويد المشتركين تلقائياً³ بإيصال (سند قبض) عن أي دفعة مقدمة للمرخص له. ويجوز إرسال هذه الإيصالات في نموذج إلكتروني مناسب إلى عنوان⁴ يحدده المشترك ويتم حفظه في الملفات من قبل المرخص لهم.

10 سياسات الاستخدام العادل

10.1 يجب تصميم سياسات الاستخدام العادل بصورة عادلة ومعقولة لكل من المرخص له والمشارك.

10.2 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.

³ تعني كلمة "تلقائي" في هذا السياق بأنه ليس ضروريا بالنسبة للمستهلك اتخاذ أي إجراء معين لطلب الايصال، ويقع على عاتق المرخص له واجب تقديم الايصال مقابل الدفعات التي تم استلامها سواء طلب المستهلك تزويده بها أم لا.

⁴ تعني كلمة "عنوان" في هذا السياق عنوان البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف لاستلام الرسائل النصية.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

10.3 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.

11 فصل الخدمة بسبب عدم دفع الفواتير

11.1 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:

11.1.1 أن تكون مسبقة، كلما أمكن ذلك⁵، بإشعار فردي وتحذير ملائم للمشارك قبل أي قطع أو فصل للخدمة؛

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

11.2 يجب أن يحدد المرخص لهم في الإنذار المشار إليه في المادة الفرعية 11.1.1، الإجراءات اللازمة المطلوب من المشترك اتخاذها لتجنب الفصل بسبب عدم الدفع، مع وصف التبعات والآثار المترتبة على عدم الدفع.

11.3 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.

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

12 خصوصية معلومات المشتركين

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

12.2 يجوز للمرخص له الإفصاح عن معلومات المشارك دون المساس بعمومية أحكام المادة الفرعية 12.1، إذا كان ذلك الإفصاح:

12.2.1 مسموح به قانوناً؛

12.2.2 مسموح به صراحة من قبل المشارك المعني؛

12.2.3 مسموح به صراحة في أي بند من أحكام هذه اللائحة أو أي جانب آخر من الإطار التنظيمي؛

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

⁵ 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، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 12.2.5 قد تم استجابة لطلب قانوني من وكالات إنفاذ القانون للمساعدة في التحري عن نشاط إجرامي؛ أو
- 12.2.6 تم استجابة لطلب قانوني من أية جهة مختصة بشأن الأمور المتعلقة بالمصلحة العامة و/أو أمور أمن الدولة؛
- 12.2.7 تم للهيئة وفقاً لهذه اللائحة.
- 12.3 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.
- 12.4 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.
- 12.5 يجب على المرخص لهم الحصول على موافقة مسبقة من المشترك⁶ قبل تبادل أية معلومات للمشارك مع فروعهم و/أو الأطراف الأخرى غير المعنية مباشرة بتزويد خدمات الاتصالات التي يطلبها المشترك.
- 12.6 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.
- 12.7 يجب على المرخص لهم أن لا يطلبوا من المشتركين تقديم أية معلومات شخصية تتعلق بأي شخص آخر⁷ 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 صريحة من جهة مختصة للمصلحة العامة أو الأمن الوطني.
- 12.8 في الحالات التي تستلزم بالضرورة تقديم معلومات المشترك إلى جهات تابعة أو طرف ثالث معني مباشرة بتزويد خدمات الاتصالات التي يطلبها المشترك، يجب على هذه الأطراف اتخاذ جميع الإجراءات المناسبة والملائمة لحماية سرية وأمن معلومات المشترك واستخدامها فقط إذا كانت مطلوبة لأغراض تقديم خدمات الاتصالات. ويجب على المرخص له التأكد من أن يتضمن العقد بينه وبين أي طرف ثالث تحميل ذلك الطرف الثالث المسؤولية عن خصوصية وحماية معلومات المشتركين.
- 12.9 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.
- 12.10 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.

⁶ يجوز تقديم هذه الموافقة تعاقدياً خلال الفترة الزمنية التي يتم فيها صياغة العقد، شريطة وجود آلية دائماً يستطيع المشترك من خلالها أن يسحب تلك الموافقة واختيارها في مرحلة لاحقة إن رغب بذلك.

⁷ مثل أسماء و/أو تفاصيل اتصال الأصدقاء وأفراد الأسرة.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

12.11 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 مباني معينة، 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.

13 معلومات الدليل الإلكترونية واستعلامات الدليل

13.1 متطلبات عامة

13.1.1 ما لم يرد نص محدد بخلاف ذلك، تنطبق أحكام المادة 13 بشأن النشر الإلزامي لدليل استعلامات مطبوع على توفير دليل استعلامات موحد بصيغة إلكترونية (للايترنت) فقط من قبل كل مرخص له. ومع مراعاة أحكام المادة 12، لا يمنع المرخص لهم من طباعة أدلة استعلامات ورقية أو إلكترونية أخرى (مثل أقراص مدمجة، أقراص فيديو، تطبيقات برمجيات وغيرها) بأي شكل يرويه مناسباً.

13.1.2 يجب على المرخص لهم الذين يخصصون أرقاماً تلفونية توفير معلومات الدليل على أن يتم توفيره على الانترنت (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.

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

13.1.4 تصبح أحكام المادة 13.1.2 بشأن خدمات معلومات الدليل وخدمات استعلامات الدليل نافذة فوراً.

13.1.5 يجب أن لا 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.

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

13.2 معلومات الدليل – الأشخاص الطبيعيين

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

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

13.2.2 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.

13.3 معلومات الدليل – الأشخاص الاعتباريون

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

- أ) الاسم؛
- ب) صندوق البريد والمدينة؛
- ج) رقم الهاتف.

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

13.4 معلومات الدليل – رسوم النشر

13.4.1 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 13.2 أو 13.3 بما يتناسب مع نوع المشترك المعني، وأن يتم تقديمه مجاناً للمشارك.

13.4.2 مع مراعاة أحكام المادة 13.1.5، يجوز للمرخص لهم عرض أية أدلة 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.

13.5 الدليل الإلكتروني (على الانترنت)

13.5.1 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 أن لا 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.

13.5.2 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.

13.6 استعلامات الدليل

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

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

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

14 شكاوى ونزاعات المستهلكين

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

14.2 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.

14.3 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.

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

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

14.6 يجب أن لا تتسبب طرق المرخص لهم المتاحة للمستهلكين لتقديم الشكاوى في منعهم من تقديم شكواهم إلى المرخص له المعني.

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

14.8 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.

14.9 الانتهاء من معالجة شكاوى المستهلكين:

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

14.9.2 يجب على المرخص لهم عموماً حل شكوى المستهلك في غضون ثلاثين (30) يوم عمل بعد استلام الشكوى أو بأسرع وقت ممكن في جميع الأحوال.

14.9.3 يجب على المرخص لهم تمكين المشتكي من طرح استفسارات بشأن مجريات التحقيق في المسألة المرتبطة بشكواه.

14.9.4 إذا استغرقت فترة معالجة الشكوى مدة تزيد عن ثلاثين (30) يوم عمل، على المرخص لهم إعلام مقدم الشكوى بذلك بحيث يكون مطلعاً على التقدم المحرز في معالجة الشكوى والتاريخ المتوقع لحلها.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

14.9.5 عند انتهاء المرخص له من معالجة شكوى المستهلك، يجب على المرخص له إعلام مقدم الشكوى بنتيجة الشكوى والحلول المعروضة، إن كان ذلك منطبقاً.

14.10 شكوى المستهلك – السجلات والتقارير

14.10.1 يجب على المرخص لهم الاحتفاظ بسجلات لشكاوى المستهلكين لفترة لا تقل عن سنتين أو أية فترة أخرى محددة في الرخصة،⁸ بعد الانتهاء من معالجة شكاوى المستهلكين الفردية.

14.10.2 يجب على المرخص لهم تقديم بيانات تقارير شهرية إلى الهيئة وفقاً للتعليمات المستقلة التي تصدر عن الهيئة بعد الاستشارة.

14.11 نزاعات المستهلكين

14.11.1 سوف تقوم الهيئة عموماً بالتعامل مع نزاعات المستهلكين فقط بعد قيام المرخص له بمعالجة شكوى المستهلك كما هو محدد في هذه اللائحة، وبعد ذلك في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ آخر معالجة من قبل المرخص له. ومع ذلك يحق للهيئة وفق ما تراه مناسباً قبول نزاعات المستهلكين في أي وقت.

14.11.2 يتعين على الهيئة إبلاغ المرخص له بنزاع المستهلك وعلى المرخص له الرد على الهيئة خلال (X) يوم عمل من تاريخ إبلاغ الهيئة للمرخص له. حيث ستخفض قيمة X من خمسة (5) إلى ثلاثة (3) بحلول 31 ديسمبر 2016 على النحو التالي:

- في 1 يناير 2016، X تساوي 5؛
- في 30 يونيو 2016، X تساوي 4؛
- في 31 ديسمبر 2016، X تساوي 3.

14.11.3 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.

14.11.4 يجب على المرخص له الاتصال بالمستهلك وإعلامه بنتيجة شكاواه عند انتهاء التحقيق من قبل المرخص له حول نزاع المستهلك وعند انتظار الحل النهائي للشكوى.

14.11.5 يحق للهيئة عند انتهاءها من تسوية نزاع المستهلك أن تصدر تعليمات للمرخص له باتخاذ أي حل إنصافي تعتبره الهيئة معقولاً ومناسباً.

14.11.6 إجراءات تسوية نزاعات المستهلكين لدى الهيئة مبينة في الملحق 1 من هذه اللائحة.

15 تدقيق أنظمة الفواتير

15.1 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.

⁸ ملاحظة من الهيئة إلى أصحاب المصلحة: تدرس الهيئة تخفيض هذه الفترة إلى سنتين. ومع ذلك تود الهيئة التنبيه إلى أن أحد شروط الترخيص يقضي بان يتم الاحتفاظ بسجلات الشكاوى حالياً لمدة 3 سنوات.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

16 الإعلان

الأشخاص الخاضعون للمادة 16

16.1 على المرخص لهم اتخاذ كافة التدابير المعقولة لضمان الامتثال لأحكام المادة 16. وهذا يتضمن اتخاذ كافة التدابير المعقولة لضمان الامتثال للمادة 16 من قبل الأطراف الأخرى التي كانت تقوم بأي نشاط أو أنشطة تخضع للمادة 16.

الأنشطة الخاضعة للمادة 16

16.2 تطبق المادة 16 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

16.3 على جميع الأشخاص الخاضعين للمادة 16 ضمان أن تكون الإعلانات:

16.3.1 عادلة وصادقة وصريحة ودقيقة، وأن لا تعمل على تضليل أو خداع المستهلكين بصورة مباشرة أو ضمنية؛

16.3.2 أن لا تستغل عدم الخبرة أو السذاجة؛

16.3.3 أن لا 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؛

16.3.4 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 أن لا 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؛

16.3.5 أن تتقيد الإعلانات بكافة القوانين النافذة في الدولة.

16.4 عندما يكون الأشخاص الخاضعين للمادة 16 في شك من امتثال الإعلان للمادة 16، يجب عليهم توخي الحذر وضمان الامتثال.

الإثبات والامتثال

16.5 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

16.6 في تحديد ما إذا كان الإعلان متوافق مع أي جانب من جوانب المادة 16 يؤخذ الآتي بعين الاعتبار:

16.6.1 سياق وطبيعة وشكل الإعلان ككل؛

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 16.6.2 تفاصيل وطبيعة المنتج أو الخدمة محل الإعلان؛
- 16.6.3 وسائل الإعلام المستخدمة (على سبيل المثال الراديو أو المواد المطبوعة) وخصائصها؛ و
- 16.6.4 الجمهور المستهدف وخصائصه واحتياجاته ومستوى خبرته الفنية وحساسيته.
- الأطفال
- 16.6.5 يجب أن تراعي الإعلانات الموجهة للأطفال حساسيات ومشاعر الأطفال وأن تتجنب الضغط غير المبرر أو الاستغلالي عليهم.

الأسعار والأحكام والشروط

- 16.7 يجب أن تكون الإشارة إلى الأسعار والخدمات والأحكام واضحة وشفافة وأن لا تقوم على تضليل أو ارباك أو خداع المستهلكين أو يرجح 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؛
- 16.8 يجب أن لا 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.
- 16.9 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 تغيير 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.
- 16.10 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.

التزكيات والتأييدات وغيرها من التصريحات الدعائية

- 16.11 يجب أن تكون التزكيات والتأييدات أو الأجزاء المنفحة 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.

- 16.12 يجب عدم استخدام كلمة "مجانياً" في الإعلانات إلا في الحالات التالية:

- 16.12.1 عند استخدامها فيما يتعلق بعرض لا يتضمن أي التزام مالي أياً كان نوعه؛ أو
- 16.12.2 أو إذا كان الالتزام الوحيد هو دفع رسوم الشحن و/أو المناولة على أن لا تتجاوز هذه الرسوم سعر التجرئة المعقول للمناولة أو النقل أو التسليم الفعلي للمنتج أو الخدمة؛ أو
- 16.12.3 أو عند استخدامها أثناء عملية شراء منتج منفصل أو خدمة منفصلة، شريطة أن لا تتم زيادة سعر المنتج المرافق أو الخدمة المرافقة بالتزامن مع ضمه في العرض.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

- 16.13 إن استخدام كلمة "مجاناً" لوصف حزمة الخدمات أو عناصر حزمة الخدمات المشمولة "مجاناً"، لا يشكل انتهاكاً لأحكام المادة 16.12. 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.
- 16.14 لا يجوز استخدام مصطلح "غير محدود" في أي إعلان ما لم يتم توفير الخدمة دون أي قيود باستثناء القيود المتأصلة الموجودة في أي شبكة. يجوز أيضاً استخدام المصطلح إذا كانت الخدمة خاضعة إلى سياسة الاستخدام العادل شريطة أن يكون الإعلان ملتزماً بأحكام المادة 10 من هذه الأنظمة.
- 16.15 يجب أن تكون الادعاءات المتعلقة بسرعات التنزيل الخاصة بالإنترنت مبنية على السرعة المحتملة التي يحصل عليها المستخدم وبالتالي ينبغي أن يكون المعلنين قادرين على شرح أن السرعات الظاهرة في إعلاناتهم يمكن تحقيقها من قبل نسبة معقولة من مشتركهم. بينما قد يختلف الأمر من منطقة إلى منطقة يجب توخي العناية في وصفها.

إعلان المقارنة وتشويه السمعة

- 16.16 إعلانات المقارنة مسموح بها طالما توافقت مع هذه الأنظمة. ويجب مراعاة الأمور التالية في مثل هذه الإعلانات:
- 16.16.1 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؛
- 16.16.2 الامتناع عن الحكم على وإبداء الرأي حول المرخص لهم الآخرين أو منتجاتهم أو خدماتهم؛
- 16.16.3 الاعتماد فقط على البيانات والحقائق الموضوعية التي يمكن إثباتها بوضوح والتي لم يتم تحديدها أو عرضها ظمناً؛
- 16.16.4 التكلم فقط عن العروض أو الخدمات المماثلة.
- 16.17 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.
- 16.18 إذا كانت إعلانات المقارنة تقارن الأسعار وفق آليات تسعير مختلفة، فيجب شرح الفروق بشكل واضح في جميع المواد التي تبين المقارنة.
- 16.19 على المعلنين دائماً ممارسة أقصى قدر من العناية عند استخدام إعلانات المقارنة.

التقليد والهوية

- 16.20 يجب أن لا 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.
- 16.21 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.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

المضايقة أو الإكراه

16.22 يجب أن لا 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.

16.23 يجب على المرخص لهم، فضلا عن الأطراف الأخرى التي يستخدمونها لأغراض الدعاية والإعلان، التأكد من أن يكون لديهم النظم اللازمة بغية الامتثال لطلبات المستهلكين (شفويا أو خطيا) بعدم الاتصال بهم لأغراض الدعاية في أوقات محددة أو من خلال وسائل محددة أو على الإطلاق.

الإعلانات الخاصة بالمنتجات أو الخدمات التي تستخدم رقم ممتاز

16.24 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 16.25:

16.25 يجب أن تراعي الإعلانات الخاصة بالأرقام المميزة الآتي:

16.25.1 أن تكون تذكر بوضوح رسوم المكالمات/الرسائل النصية (شاملة جميع الضرائب إو وجدت)؛ و

16.25.2 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

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

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

16.26.2 يجب ألا تخلط بين الهدايا والجوائز؛

16.26.3 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؛

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

16.26.5 أن تتقيد تماماً بكافة القوانين والأنظمة النافذة في الدولة.

17 نشر اللائحة

17.1 سوف تقوم الهيئة بنشر هذه اللائحة كاملة على موقعها على الإنترنت.

أنظمة حماية المستهلك، نسخة 1.2، 24 ديسمبر 2015

18 تاريخ السريان

18.1 تدخل هذه اللائحة حيز التنفيذ وفقاً للجدول التالي:

31 ديسمبر 2016	30 يونيو 2016	30 مارس 2016	في تاريخ الإصدار
المادة 14 وفي المادة الفرعية 14.11.2 X' = 3'	المادة 14 وفي المادة الفرعية 14.11.2 X' = 4'	المادة (16) ملاحظة: يستمر سريان أحكام المادة 16 من النسخة 1.1 حتى 30 مارس 2016 وحينها تصبح أحكام المادة 16 من هذه النسخة سارية.	المادة (1) المادة (2) المادة (3) المادة (4) المادة (5) المادة (6) المادة (7) المادة (8) المادة (9) المادة (10) المادة (11) المادة (12) المادة (13) المادة 14 وفي المادة الفرعية 14.11.2 X' = 5' المادة (15) المادة (17) المادة (18)



أنظمة حماية المستهلك

الملحق 1 إجراءات تسوية نزاع المستهلك لدى هيئة تنظيم الاتصالات

النسخة 1.2

24 ديسمبر 2015

هيئة تنظيم الاتصالات
صندوق بريد 26662، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة
www.tra.gov.ae

tra.gov.ae

ص.ب. 26662، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة
هاتف +971 2 626 9999
فاكس +971 2 611 8229
PO Box 26662, Abu Dhabi, United Arab Emirates



أنظمة حماية المستهلك

الملحق 1

إجراءات تسوية نزاع المستهلك لدى هيئة تنظيم الاتصالات

المحتويات

3 المقدمة	1
3 إجراءات تسوية نزاع المستهلك	2

- 1 المقدمة**
- 1.1 تعرّف أنظمة حماية المستهلك في الهيئة، النسخة 1.2 الصادرة بتاريخ 24 ديسمبر 2015 نزاعات المستهلكين على النحو التالي:
- أية مراسلات أو اتصالات قبلها الهيئة من مستهلك يعبر فيها عن عدم رضاه أو تظلمه من نتيجة شكوى مستهلك أو أمور أخرى تقع ضمن نطاق أعمال المرخص له
- وتنص المادة 14-11-1- من هذه اللائحة على ما يلي:
- سوف تقوم الهيئة عموماً بالتعامل مع نزاعات المستهلكين فقط بعد قيام المرخص له بمعالجة شكوى المستهلك كما هو محدد في هذه الأنظمة، وبعد ذلك في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ آخر معالجة من قبل المرخص له. ومع ذلك يحق للهيئة وفق ما تراه مناسباً قبول نزاعات المستهلكين في أي وقت.
- 1.2 تتضمن الفقرة أعلاه بأنه يجب على المستهلك غير الراضي عن الخدمات المقدمة من قبل المرخص له أن يرفع المسألة بدايةً إلى المرخص له المعني وفقاً لإجراءات شكوى المستهلك المتبعة من قبل المرخص له.
- 1.3 في حالة إخفاق المرخص له في حل المسألة بالشكل الذي يرضي المستهلك يجوز رفع القضية إلى الهيئة لحلها بموجب إجراءات تسوية نزاع المستهلك. وتقدم هذه الوثيقة التفاصيل الكاملة لإجراءات تسوية نزاع المستهلك في الهيئة.
- 2 إجراءات تسوية نزاع المستهلك**
- 2.1 يجوز لأي مستهلك تقدّم بشكوى مستهلك إلى مرخص له ولكنه لم يقتنع بالطريقة التي عالج بها المرخص له شكواه، بما في ذلك نتيجة تلك الشكوى، أن يتقدم بطلب البت في نزاع المستهلك إلى الهيئة.
- 2.2 سوف تقوم الهيئة بتقييم نزاع المستهلك، فإذا اعتبرت بأن طلب النزاع المقدم كامل ومناسب، سوف تقوم الهيئة بالاتصال مع المرخص له المعني نيابة عن المستهلك.
- 2.3 لن تقبل الهيئة نزاعات المستهلكين التي تراها غير مكتملة أو تافهة أو متقلبة أو التي يكون من شأنها الإضرار بمصالح وسمعة المرخص له.
- 2.4 إعداد طلب تسوية نزاع المستهلك
- 2.4.1 يجب على الشخص الذي يتقدم بطلب تسوية نزاع المستهلك أن يقدم المعلومات والوثائق التالية إلى الهيئة:
- (أ) اسم وعنوان وتفاصيل الاتصال "رقم الهاتف والبريد الإلكتروني" للمستهلك؛
(ب) الرقم المرجعي لشكوى المرخص له ورقم حساب المستهلك؛
(ج) صوراً من وثائق الهوية الشخصية: بطاقة الهوية الإماراتية أو جواز السفر؛
(د) شرحاً مكتوباً للنزاع؛
(هـ) صوراً من جميع المراسلات مع المرخص له؛ و

(و) تفويضاً خطياً أو وكالة إذا كان الشخص مقدم الشكوى ليس المستهلك نفسه أو صاحب الحساب

- 2.5 مراجعة وقبول طلب تسوية نزاع المستهلك
- 2.5.1 سوف تقوم الهيئة بإجراء تقييم أولي لطلب نزاع المستهلك. وسوف تهتم على وجه الخصوص بالتأكد من أن النزاع حقيقي وأن المعاملة المقدمة كاملة.
- 2.5.2 سوف يتم فوراً إعلام الشخص مقدم النزاع في حالة عدم قبول الهيئة لنزاع المستهلك وسوف تعتبر الهيئة الموضوع بأنه مغلق.
- 2.6 المراسلات مع المرخص له المعني
- 2.6.1 سوف تقدم الهيئة نسخة من نزاع المستهلك إلى المرخص له المعني إضافة إلى أية تعليمات أو أسئلة إلى المرخص له تراها الهيئة مناسبة أو ترغب بطرحها.
- 2.6.2 سوف تحدد الهيئة موعداً نهائياً للمرخص له للتحقيق في نزاع المستهلك والرد عليه.
- 2.6.3 يجب على المرخص لهم بذل قصارى جهودهم لإنهاء النزاع مع حلول الموعد النهائي المحدد. أما إذا طلب المرخص له فترة زمنية أطول لمعالجة النزاع، فيجب على المرخص له التقدم بطلب خطي للتمديد.
- 2.7 مراجعة ردود المرخص له على نزاع المستهلك
- 2.7.1 سوف تقوم الهيئة بمراجعة رد المرخص له على نزاع المستهلك بعناية، وفي حال عدم اقتناعها بالإجراءات المتخذة من قبل المرخص له أو من استجابة المرخص له، سوف تصدر الهيئة تعليمات أخرى إلى المرخص له.
- 2.7.2 عندما تقتنع الهيئة بإجراءات واستجابة المرخص له، سوف تبلغ الهيئة المستهلك بالنتيجة وإذا كان المستهلك راضياً فسوف تقوم الهيئة بإغلاق موضوع النزاع.
- 2.7.3 وفي حال عدم رضى المستهلك عن النتيجة، يجوز للهيئة معاودة فتح الشكوى وإصدار تعليمات إضافية للمرخص له.
- 2.8 الاتصالات مع المستهلك
- 2.8.1 سوف تبذل الهيئة قصارى جهدها لاطلاع المستهلكين على مجريات نزاع المستهلك المقدم إلى الهيئة وسير العمل في إجراءاته.

أنظمة حماية المستهلك

الملحق 2

الملحق 2 - الإجراءات المتعلقة بالشكاوى بين المرخص لهم عن الأنشطة الإعلانية

النسخة 1.2

24 ديسمبر 2015



الملحق 2

الملحق 2 - الإجراءات المتعلقة بالشكاوى بين المرخص لهم عن الأنشطة الإعلانية

المحتويات

3	المقدمة	1
3	إجراء الشكاوى	2
5	القرار والإبلاغ	3

1 المقدمة

- 1.1 في الوقت الذي يشهد فيه قطاع الاتصالات تنامي المنافسة، تتوقع الهيئة نشوء تنافس يتصف بدرجة من النضج بين المرخص لهم في أنشطة الممارسات التسويقية لديهم. ومع ذلك تتوقع الهيئة أنه سيتم الامتثال بشكل تام لقانون الاتصالات والالتزامات الواردة في رخصة كل مرخص له والأحكام ذات الصلة من أنظمة حماية المستهلك النسخة X، المؤرخة [يوم شهر 2015] وما يتبعها.
- 1.2 يجوز لأي مرخص له يرى أن الممارسات الإعلانية لمرخص له آخر تنتهك أنظمة حماية المستهلك، أن يتقدم بشكوى إلى الهيئة وفقاً للإجراءات المحددة في هذه الوثيقة.

2 إجراء الشكاوى

2.1 إعداد وتقديم الشكوى

- 2.1.1 يجب المرخص له الراغب برفع شكوى (المشتكي) تقديم شكوى موثقة بالكامل للهيئة (الشكوى) تتضمن على الأقل ما يلي:

- اسم وعنوان وتفاصيل الاتصال الخاصة بالمشتكي؛
- وصفاً عن الشكوى؛
- وصفاً عن الضرر المزعوم الذي سببه الانتهاك المزعوم؛
- استدلالات محددة بأحكام أنظمة حماية المستهلك مع شرح سبب حدوث الانتهاكات لهذه الأحكام من وجهة نظر المشتكي؛
- جميع المعلومات المؤيدة ذات الصلة، بما في ذلك الصور الفوتوغرافية والوثائق ومستندات المسح الضوئي والنسخ وأشرطة الفيديو، حسب ما هو مناسب¹. سيتم استبعاد تقديم استدلالات أو أوصاف عامة على أمل أن تعرف الهيئة ماذا الذي يقصده المشتكي وفقاً للبند (أ) من المادة الفرعية 2.2.4.

- 2.1.2 مع مراعاة أحكام المادة الفرعية 2.2.5، قد يرغب المشتكي في تضمين المعلومات السرية في الشكوى المقدمة. وفي هذه الحالة يكون المشتكي مسؤولاً عن تقديم نسختين من الشكوى كما يلي:

- نسخة سرية، مع وضع عبارة "سرية - لاستخدام الهيئة فقط". ويجب أن يتم تظليل أية معلومات يعتبرها المشتكي سرية في النسخة السرية شريطة أن لا يؤثر التظليل على سهولة قراءتها؛ و
- نسخة منقحة، مع وضع عبارة "منقحة - يتم تشاركها مع xxxx". ويكون المشتكي مسؤولاً عن التأكد من أن تكون جميع المعلومات السرية المذكورة في هذه النسخة غير مقروءة.

- 2.1.3 يجوز للمشتكي تقديم الشكوى في أي نقطة من نقاط الاتصال الرسمية التابعة للهيئة.

- 2.1.4 سوف تفر الهيئة باستلام الشكوى خلال يوم عمل واحد.

2.2 مراجعة وقبول الشكوى

- 2.2.1 قد يختلف معنى الإعلانات باختلاف الأشخاص. ويصح هذا القول تحديداً عند النظر في السياق الذي يتم فيه رؤية ذلك الإعلان. وعندما يطلع أحد المرخص لهم على الإعلان الخاص بمرخص له آخر فقد ينظر إليه من منظور أكثر ضيقاً ونقداً مقارنة مع الشخص العادي في الشارع. تترك الهيئة أنه عند النظر في الشكوى عن الإعلان

¹ في الحالات التي تتعلق الشكوى بإعلان معين، فمن الضروري تقديم نسخة واضحة مقروءة عن ذلك الإعلان من أجل دعم الشكوى.

سيتمتع عليها ممارسة درجة من الموضوعية، ومع هذا، ستقوم الهيئة بذلك دائماً بطريقة متوازنة ومحايدة لضمان تطبيق نص وروح الأحكام القانونية والتنظيمية ذات الصلة.

2.2.2 سوف تقوم الهيئة في المقام الأول بتخصيص الشكاوى إلى أحد الموظفين (موظف الشكاوى) للاطلاع عليها بنفس طريقة دراسة أي شكاوى أخرى يتم تقديمها للهيئة. وبناءً على طبيعة الانتهاك المزعوم للأنظمة والأدلة المتوفرة عليه، سيتعامل موظف الشكاوى مع الشكاوى وفقاً للإجراءات الداخلية وإجراءات التصعيد الاعتيادية للهيئة.

2.2.3 عندما يراه موظف الشكاوى مناسباً، نظراً لتعقيد وحساسية الإعلان وما إلى ذلك على سبيل المثال، يجوز لموظف الشكاوى تشكيل لجنة (اللجنة). تتألف اللجنة من موظفي الهيئة و/أو المستشارين الخارجيين، بالأعداد ومن التخصصات التي تراها الهيئة مناسبة. ويتلخص الهدف من تشكيل هذه اللجنة في تقديم وجهات النظر حول الإعلان من مختلف الزوايا وآراء الخبراء حيثما يلزم لموظف الشكاوى.

2.2.4 تعتبر الهيئة أن أي شكاوى ترد بعد المراجعة الأولية المذكورة أعلاه:

- (أ) على أنها غير مكتملة أو تافهة أو متقلبة أو مصممة فقط لإلحاق الضرر بمصالح أو مكانة أو سمعة المرخص له الحسنة، أو لا تشكل بوضوح خرقاً للأنظمة، وسيتم رفضها وإبلاغ المشتكي وفقاً لذلك. وعند إبلاغه، يجوز للمشتكي إعادة تقديم الشكاوى مع إضافة أية معلومات قد تكون غير مكتملة أساساً لإعادة النظر فيها من قبل الهيئة.
- (ب) للوهلة الأولى وقبل النظر في آراء المعن، ستتم مواصلة التحقيق كما هو موضح أدناه للكشف عن أي إخلال محتمل بالأنظمة.

2.2.5 في حال تقرر مواصلة التحقيق في الشكاوى، سوف يتم إخطار المرخص له المعني فوراً، وسوف يتم تزويده بنسخة كاملة من الشكاوى (أو نسخة منقحة منها إذا كان ذلك مناسباً). وسوف تتم دعوة المرخص له لتقديم أية أدلة يتطلب الحفاظ بها بموجب الأنظمة فيما يتعلق بأي نشاط إعلاني، وأية أدلة أخرى ذات صلة يراها المرخص له مناسبة وتقديم التوضيحات التي يرى أنه ينبغي من الهيئة أخذها في الاعتبار عند تحديد ما إذا كان الإعلان متوافق مع الأنظمة أم لا. وسوف يتم منح المرخص له مدة خمسة (5) أيام عمل لتقديم معلومات ومستندات هذا الدفاع.

2.3 تحليل الشكاوى

2.3.1 إذا تم قبول الشكاوى، سوف تنتظر الهيئة للفترة الممنوحة للمرخص له المشار إليها في الفقرة 2.2.5 أعلاه لتقديم المعلومات المطلوبة ومستندات دفاعه. وفي حالة إخفاق المرخص له بذلك خلال الفترة الممنوحة، سوف تقوم الهيئة بالمضي في الإجراءات بشأن الشكاوى ويجوز لها في ذلك عدم إصدار إشعارات أخرى للمرخص له. ويجوز تجاهل المستندات التي ترد بعد التاريخ المنصوص عليه ما لم تقدم الهيئة تمديد خطي مسبق بذلك.

2.3.2 سوف تحلل الهيئة الشكاوى وأية أدلة وتوضيحات مقدمة من المرخص لهم.

2.3.3 يتعين على الهيئة استخدام الأدوات والنظم والإجراءات والطرق التي تراها مناسبة في تحليل الشكاوى. وقد يشمل ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، إجراء استطلاعات للرأي أو الاستعانة برأي أطراف خارجية أو إعادة تشكيل نفس اللجنة أو لجنة أخرى أو طلب المزيد من التفاصيل أو التوضيحات من المشتكي أو المرخص له المعني أو أي شخص آخر تراه الهيئة مناسباً.

2.3.4 سوف تبذل الهيئة قصارى جهودها للتوصل إلى قرار في أقرب وقت ممكن اعتباراً من تاريخ استلامها لجميع المدخلات. وتجدر الملاحظة أن الجدول الزمني سوف يتأثر إلى حد بعيد بطبيعة وتعقيد المسألة وبما إذا كان يلزم الحصول على مداخلات إضافية من الأطراف الخارجية. كما ستأخذ الهيئة في الاعتبار أية تعليمات مؤقتة قد يتم إصدارها وطبيعة الإعلان والأثر على المستهلكين والمرخص لهم.

3 القرار والإبلاغ

3.1 عند الانتهاء من التحقيق، ستقوم الهيئة بإصدار قرار خطي (القرار) ينص، مع ذكر الأسباب على:

- أ) النتائج والاستنتاجات فيما يتعلق بالانتهاك المزعوم؛ و
ب) عندما يخلص القرار إلى وجود انتهاك للأنظمة يجوز إضافة، إما في القرار أو من خلال أي أداة أخرى مناسبة، أي عقوبة أو أمر أو معالجة تراها الهيئة مناسبة للموضوع.

3.2 سيتم تقديم نسخة من القرار، شريطة استئصال أية معلومات سرية منه، إلى المشتكي والمرخص له المعني وسيتم نشره على الموقع الإلكتروني الخاص بالهيئة.