

ANEXO B - Propriedade dos Serviços, Confidencialidade e Normas de Divulgação - MONITOR

1. Propriedade dos Serviços e Confidencialidade

1.1. Este documento concede à parte receptora, durante a sua vigência, o direito limitado de usar os resultados das Pesquisas dentro do seu estabelecimento, como indicadores para seus empregados e/ou administradores promoverem o marketing dos seus produtos, bem como utilizá-la como meio de comprovação de veiculação de anúncios e comerciais e, também, fora do seu estabelecimento, exclusivamente para os fins comerciais legítimos discriminados no presente documento.

1.2. O presente documento não transfere a propriedade de quaisquer Pesquisas, serviços ou quaisquer outros produtos fornecidos, em quaisquer que sejam as suas formas.

1.3. As Pesquisas são consideradas confidenciais e sigilosas, comprometendo-se a parte receptora a conservá-las apenas para o seu uso, ficando a sua reprodução, no todo ou em parte, por qualquer método existente ou que venha a ser criado, vedada sob as penas da lei. A obrigação de sigilo ora pactuada permanecerá em vigor mesmo após o encerramento do prazo de vigência deste documento.

1.4. Durante o prazo de 5 (cinco) anos, a contar do recebimento das Pesquisas, a parte receptora obriga-se a impedir a sua divulgação ou o uso não autorizado, empregando, para tanto, as mesmas medidas tomadas para proteção de suas próprias informações confidenciais, responsabilizando-se, ainda, pela eventual divulgação das Pesquisas por seus prepostos, funcionários e/ou qualquer pessoa que venha a ter acesso a estas.

1.5. A PARTE RECEPTORA não divulgará qualquer Pesquisa sem a prévia anuência por escrito da KANTAR IBOPE MEDIA, exceto: (i) sob a sua exclusiva responsabilidade e desde que estritamente necessário, para os seus empregados e/ou administradores e contratados; ou (ii) quando exigido por ordem judicial, hipótese em que a parte receptora obriga-se a notificar a KANTAR IBOPE MEDIA, imediatamente após o recebimento da intimação judicial, para que esta possa adotar as medidas necessárias à proteção das Pesquisas.

1.6. As obrigações de sigilo e confidencialidade não são aplicáveis à Pesquisas que: (i) sejam levadas ao conhecimento de terceiros de outra forma, que não através de ato ou omissão da parte receptora; (ii) sejam do conhecimento da parte receptora na data de sua revelação pela KANTAR IBOPE MEDIA; (iii) sejam transmitidas diretamente a terceiros pela KANTAR IBOPE MEDIA; ou (iv) sejam desenvolvidas independentemente pela parte receptora.

1.7. Não obstante o disposto nos itens 1.3 a 1.6 acima, a parte receptora poderá (i) reproduzir trechos das Pesquisas, em forma resumida ou em conjunto, para suas agências de publicidade, varejistas, corretores, distribuidores, atacadistas, anunciantes, auditores e veículos de comunicação, na medida em que tais informações sejam úteis ao marketing e fiscalização de seus produtos; (ii) publicar ou divulgar trechos limitados das Pesquisas, em suas atividades e em material promocional para clientes, inclusive através de *sites* abertos ao público em geral, *e-mail marketing*, *folders*, entre outros; relatórios anuais, em relatórios para o mercado financeiro (corretores de investimentos, bancos e outros) e para os veículos de comunicações (jornais, televisão, rádio, editores da Internet), sendo observadas em todos estes casos e em outros que possam eventualmente surgir, todas as disposições da cláusula 2, para os fins de promoção de sua imagem ou de seus produtos exclusivamente. Todavia, a reprodução, divulgação ou publicação de trechos das Pesquisas, na forma prevista neste item, deverá ser feita em dimensão que não comprometa a comercialização dos serviços da KANTAR IBOPE MEDIA.

1.8. Em todos os casos, a Pesquisa divulgada deverá ser claramente identificada, evitando-se sua apresentação de forma a induzir em erro, e dando ciência (i) de que o titular do respectivo direito autoral reserva todos os seus direitos; e (ii) de que o titular do direito autoral das Pesquisas é a KANTAR IBOPE MEDIA.

1.9. Caso a KANTAR IBOPE MEDIA entenda que a elaboração de relatórios por parte da parte receptora é prejudicial à comercialização dos seus serviços, deverá notificar a parte receptora, informando, por escrito, a sua discordância, solicitando a mudança, regularização ou o enquadramento que entender necessário.

1.10. Caso a parte receptora seja notificada nos moldes descritos no item 1.9 acima e se recuse a atender à solicitação da KANTAR IBOPE MEDIA, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá considerar este documento rescindido de pleno direito, suspender a execução dos serviços e cobrar a multa prevista no item 1.14 deste documento.

1.11. O conteúdo dos relatórios enviados pela parte receptora aos seus clientes, elaborados pela parte receptora com base nas Pesquisas fornecidas pela KANTAR IBOPE MEDIA, é de exclusiva responsabilidade da parte receptora. Por conseguinte, a parte receptora se compromete e se obriga a assumir todos e quaisquer custos, despesas, obrigações e

responsabilidades, mantendo a KANTAR IBOPE MEDIA protegido contra todos e quaisquer procedimentos ou processos, administrativos ou judiciais, bem como de quaisquer reclamações originadas a partir dos relatórios enviados pela parte receptora aos seus clientes, mesmo que, para tanto, seja necessário reembolsar a KANTAR IBOPE MEDIA de quaisquer quantias cujo pagamento lhe seja atribuído a este título.

1.12. Fica expressamente vedada a transferência, cópia ou divulgação, a qualquer título, de qualquer Pesquisa pela parte receptora, inclusive para empresas pertencentes à seu grupo econômico, tais como suas controladoras, subsidiárias, empresas controladas, coligadas, filiais ou afiliadas.

1.12.1. Para fins deste instrumento, o termo afiliada deverá abranger as empresas controladas pela parte receptora, as controladoras da parte receptora ou empresas controladas pelo controlador da parte receptora.

1.13. A PARTE RECEPTORA não poderá reproduzir ou divulgar vídeos coletados pela KANTAR IBOPE MEDIA, por meio de monitoramento dos comerciais e anúncios veiculados nos diferentes meios, inclusive portais de internet.

1.14. Caso a parte receptora desrespeite quaisquer das obrigações avençadas neste documento, deverá pagar a KANTAR IBOPE MEDIA multa penal equivalente a 60% (sessenta por cento) da remuneração total do documento vigente à época, devidamente atualizada de acordo com a variação do IGP-M, independentemente das perdas e danos que vierem a ser apuradas. O pagamento da multa penal deverá ser efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias, a contar do recebimento da cobrança respectiva.

1.15. A KANTAR IBOPE MEDIA poderá, a seu exclusivo critério, divulgar aos anunciantes os serviços, praças e períodos assinados pelas agências de publicidade, desde que os anunciantes solicitem tais informações por escrito a KANTAR IBOPE MEDIA. A KANTAR IBOPE MEDIA não divulgará, em hipótese alguma, o valor da remuneração, condições comerciais ou qualquer outra informação referente aos serviços prestados às agências de publicidade, exceto os serviços, praças e períodos assinados pelas mesmas.

2. Publicação de Anúncios

2.1. As partes reconhecem e aceitam que a publicação de anúncios com base nas Pesquisas deverá atender às seguintes normas e condições:

(a) a utilização do nome KANTAR IBOPE MEDIA em anúncio deverá ser feita apenas como fonte das Pesquisas. Fica expressamente proibida a utilização do nome “KANTAR IBOPE MEDIA” no conteúdo do anúncio;

(b) o anúncio deve indicar expressamente e sem abreviaturas o(s) nome(s) do(s) software(s) do(s) qual(is) foi(ram) extraído(s) o(s) dado(s) da(s) Pesquisa(s), possibilitando a qualquer outro assinante da Pesquisa localizar a(s) referida(s) informação(ões) e confirmar a sua fidedignidade;

(c) o anúncio em mídia impressa, tais como jornais e revistas, deve obedecer às seguintes especificações: fonte Verdana, tamanho 6, caixa alta. No que se refere a “outdoor”, “busdoor” e afins, a fonte do anúncio deve corresponder a 2,7% da área total do respectivo “outdoor”, “busdoor” ou afins;

(d) em caso de “ERRATA” em mídia impressa, tais como jornais e revistas, a proporção do selo informando que se trata de uma “ERRATA” deve corresponder a, no mínimo, 1% da área do anúncio. Na hipótese de “ERRATA” em “outdoors”, “busdoor” e afins, a fonte do selo informando que se trata de uma “ERRATA” deve corresponder a, no mínimo, 1% da área total do respectivo “outdoor”, “busdoor” ou afins;

(e) os índices apresentados no anúncio devem estar especificados quanto à sua fonte, software, natureza (investimento, moeda, inserções, impressões, duração, tamanho, páginas, entre outros) períodos (mês, trimestre, entre outros) e meios, praças, gêneros a que se referem, observadas as especificações estabelecidas no item (c) acima;

(f) a KANTAR IBOPE MEDIA recomenda que todos os índices sejam apresentados com duas casas decimais. O arredondamento de índices fracionados é permitido, desde que a parte receptora mencione na fonte que os índices foram arredondados;

(g) caso a parte receptora tenha dúvidas na elaboração de qualquer anúncio, em que pese a existência das regras estabelecidas nesta cláusula 2 a parte receptora poderá submetê-lo à aprovação da KANTAR IBOPE MEDIA antes de ser publicado. A aprovação ou desaprovação de um anúncio é feita com base na correção dos dados citados e de suas especificações, no prazo de até 03 (três) dias úteis contados da data de sua submissão para aprovação pela KANTAR IBOPE MEDIA; e

(h) não serão aprovados, pela KANTAR IBOPE MEDIA, anúncios que contenham títulos capciosos, que possam induzir o leitor/telespectador a erros de interpretação.

2.2. Em caso de descumprimento, pela parte receptora, das disposições do item 2.1, alíneas (a), (b), (c), (d), (e), (f) e (h) acima, a KANTAR IBOPE MEDIA exigirá da parte receptora a republicação do anúncio contendo os dados corretos, nos mesmos veículos e formatos utilizados pelo anúncio errôneo, dentro de 7 (sete) dias úteis contados da data do recebimento, pela parte receptora, da notificação da KANTAR IBOPE MEDIA neste sentido. O anúncio a ser republicado deverá conter, ainda, a identificação de que se trata de uma “ERRATA”, conforme modelo constante “Guia de Divulgação de Dados”, entregue à parte receptora na data de assinatura deste documento. Concomitantemente, a KANTAR IBOPE MEDIA comunicará ao mercado, via correio eletrônico ou fax, a(s) irregularidade(s) detectada(s) no anúncio errôneo. Todos os custos incorridos na republicação do anúncio serão suportados exclusivamente pela parte receptora.

2.3. Na hipótese de a parte receptora republicar o anúncio na forma estabelecida no item 2.2 acima, obedecendo aos padrões estabelecidos neste documento e, ainda assim, qualquer terceiro se sentir prejudicado por tal anúncio, o terceiro poderá levar a questão diretamente ao conhecimento do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, sem que haja qualquer interferência da KANTAR IBOPE MEDIA na solução da questão.

2.4. A KANTAR IBOPE MEDIA desaprova a citação, em anúncios, de nomes de empresas concorrentes e/ou a utilização de quaisquer termos que permitam a identificação de tais empresas. Caso seja necessário mencionar concorrentes nos anúncios, a parte receptora compromete-se a omitir seus nomes, referindo-se aos mesmos como, por exemplo, “Concorrente A”, “Concorrente B”, “Concorrente 1”, “Concorrente 2”, nos termos do artigo 32, alínea (f), do Código do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária.

2.4.1. Em caso de não observância das disposições acima previstas, o terceiro que se sentir prejudicado poderá levar a questão diretamente ao conhecimento do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, sem que haja qualquer interferência da KANTAR IBOPE MEDIA na solução da questão.

3. Da Possibilidade do Uso das Pesquisas após o Término do Documento

3.1. Não obstante o disposto no itens 1 e 2 acima, em qualquer hipótese de término do presente Documento, a KANTAR IBOPE MEDIA por mera liberalidade, permitirá a parte receptora utilizar os dados da Pesquisa, do tempo contratado (dados históricos), pelo período de 12 (doze) meses, contados da data da rescisão, respeitando todas as cláusulas do Documento, desde que a parte receptora solicite a KANTAR IBOPE MEDIA a permissão para tal uso, no ato da notificação de rescisão ou denúncia contratual.

3.2. A KANTAR IBOPE MEDIA manterá o(s) software(s) para a leitura do(s) banco(s) de dados da(s) Pesquisa(s) no(s) computador(es) da parte receptora na versão disponível no momento da rescisão do Documento, não se responsabilizando pela instalação do(s) software(s) em novos equipamentos que venham a ser adquiridos pela parte receptora ou reinstalação nos equipamentos já utilizados.

3.3. A KANTAR IBOPE MEDIA não estará obrigada a prestar qualquer assistência técnica, treinamentos, bem como manutenção ou instalação de novas versões de softwares, no caso de utilização do(s) dado(s) da(s) Pesquisa(s) após a rescisão do Documento.

4. Utilização indevida da marca KANTAR IBOPE MEDIA

4.1. Fica vedada a utilização pela parte receptora do nome, marca, logotipo ou de qualquer outro meio que venha identificar a KANTAR IBOPE MEDIA, com exceção do disposto na cláusula 2 deste documento para quaisquer efeitos, bem como a reprodução ou publicação, no todo ou em parte e por qualquer outro meio, de quaisquer documentos fornecidos pela KANTAR IBOPE MEDIA à parte receptora, sem a autorização por escrito da KANTAR IBOPE MEDIA, sob pena de rescisão de pleno direito do presente instrumento, arcando a parte receptora com o pagamento da multa estipulada neste documento, sem prejuízo das perdas e danos cabíveis e das implicações penais. Esta proibição abrange inclusive, mas não exhaustivamente: cartas, memorandos, autorizações de veiculação, respostas à consultas, reprodução de qualquer tipo ou por qualquer meio de carimbos ou assinaturas de pessoal da KANTAR IBOPE MEDIA, ou que esteja prestando serviços a KANTAR IBOPE MEDIA.