

ANEXO B - Propriedade dos Serviços, Confidencialidade e Normas de Divulgação – Target Group Index

1. Propriedade dos Serviços e Confidencialidade

1.1. Este documento concede à PARTE RECEPTORA o direito limitado de usar os resultados do Estudo *Target Group Index* dentro do seu estabelecimento, como indicadores para seus empregados e/ou administradores promoverem o marketing dos seus produtos 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 do Estudo *Target Group Index*, em quaisquer que sejam as suas formas. Os dados contidos nos formulários, usados no trabalho de campo e transcritos nos meios informáticos são de propriedade da KANTAR IBOPE MEDIA.

1.3. Os dados contidos em relatórios da KANTAR IBOPE MEDIA são de sua propriedade e/ou da KANTAR IBOPE MEDIA, podendo a KANTAR IBOPE MEDIA, portanto, disponibilizar livremente sua utilização a terceiros.

1.4. Os resultados, bem como qualquer dado do Estudo Target Group Index são considerados informações confidenciais e sigilosas, comprometendo-se à 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.

1.5. Durante o prazo de 05 (cinco) anos, a contar do recebimento do Estudo *Target Group Index*, à 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 do Estudo *Target Group Index* por seus prepostos, funcionários e/ ou qualquer pessoa que venha a ter acesso a este.

1.6. À PARTE RECEPTORA não divulgará qualquer resultado do Estudo *Target Group Index* 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 à 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 do Estudo.

1.7. Não obstante o disposto nos itens 1.3 a 1.6 acima, à parte receptora poderá (i) reproduzir trechos do Estudo *Target Group Index*, em forma resumida ou em conjunto, para suas agências de publicidade, varejistas, corretores, distribuidores e atacadistas, na medida em que tais informações sejam úteis ao marketing de seus produtos; (ii) publicar ou divulgar trechos limitados do Estudo *Target Group Index*, 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, revistas, editores da Internet, entre outros), 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 ou publicação de trechos do Estudo *Target Group Index* deverá ser feita em dimensão que não comprometa a comercialização dos serviços da KANTAR IBOPE MEDIA.

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

1.9. Caso à parte receptora seja notificada nos moldes descritos no item 1.8 acima e se recuse a atender à solicitação da KANTAR IBOPE MEDIA, a KANTAR IBOPE MEDIA poderá cobrar a multa contratual prevista no item 10.2 do Contrato.

1.10. O conteúdo dos relatórios enviados pela parte receptora aos seus clientes, elaborados pela parte receptora com base no Estudo *Target Group Index* fornecido pela KANTAR IBOPE MEDIA, é de exclusiva responsabilidade da parte receptora. Por conseguinte, à parte receptora se compromete e se obriga a assumir todos e quaisquer custos, despesas, obrigações e responsabilidades, mantendo a KANTAR IBOPE MEDIA protegida 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.

1.11. À PARTE RECEPTORA tem o direito de ser informada de que os dados que adquire também estão sendo adquiridos por outro(s) cliente(s), sem que a KANTAR IBOPE MEDIA esteja obrigado a identificar o(s) referido(s) cliente(s).

1.12. À PARTE RECEPTORA, mediante autorização prévia, concorda que a KANTAR IBOPE MEDIA tem direito de informar a terceiros que à parte receptora documentou seus serviços.

1.13. A informação sobre a identidade e localização dos entrevistados, é considerada informação privilegiada e confidencial, portanto, a KANTAR IBOPE MEDIA não revelará tal informação a ninguém, exceto no caso de realização de uma auditoria por consultores independentes, visando revisar seus procedimentos.

1.14. Os direitos de propriedade e confidencialidade estabelecidos nesta cláusula sobreviverão ao final da vigência do presente documento.

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.

1.16. Fica expressamente vedada a transferência, cópia ou divulgação, a qualquer título, do Estudo *Target Group Index* pela parte receptora, inclusive para empresas pertencentes à seu grupo econômico, tais como suas controladoras, subsidiárias, empresas controladas, coligadas ou afiliadas.

1.17. 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.

2. Publicação de Anúncios

2.1. As partes reconhecem e aceitam que a publicação de anúncios com base no Estudo *Target Group Index* deverá atender às seguintes normas e condições:

(a) a utilização do nome da KANTAR IBOPE MEDIA em anúncio deverá ser feita apenas como fonte do Estudo *Target Group Index*. Na indicação do nome KANTAR IBOPE MEDIA como fonte do Estudo *Target Group Index*, a letra utilizada não poderá exceder a 60% (sessenta por cento) da maior letra utilizada pela parte receptora no anúncio, a fim de se evitar distorções entre o conteúdo do anúncio e a indicação da fonte do Estudo;

(b) os índices apresentados no anúncio da parte receptora deverão estar especificados quanto à sua natureza (índices de penetração, participação, afinidade, volumetria, etc.), ao período de campo, ao filtro (base analisada) e público (*target's*) a que se referem;

(c) o anúncio deverá indicar expressamente o(s) *software(s)* do(s) qual(is) foi(ram) extraída(s) a(s) pesquisa(s) apresentada(s), possibilitando a qualquer outro assinante do Estudo *Target Group Index* localizar a(s) referida(s) informação(ões) e confirmar a sua fidedignidade;

(d) fica expressamente desaprovada, pela KANTAR IBOPE MEDIA, a citação de nomes de empresas concorrentes em anúncios de qualquer natureza. Caso seja necessário mencionar concorrentes nos anúncios, à parte receptora compromete-se a omitir seus nomes, referindo-se aos mesmos como, por exemplo, “Concorrente A”, “Concorrente B”, “Concorrente 1”, “Concorrente 2”;

(e) todo e qualquer anúncio deverá ser submetido à aprovação da KANTAR IBOPE MEDIA antes de ser publicado, com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis. A aprovação ou desaprovação de um anúncio é feita com base na correção dos dados citados e de suas especificações; e

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

3. Direitos Autorais e Utilização indevida da marca KANTAR IBOPE MEDIA

3.1. À PARTE RECEPTORA reconhece que os direitos autorais dos *softwares* listados no presente documento são detidos pela Kantar Media Research, Inc., cujo uso é licenciado exclusivamente para disponibilizar os resultados dos serviços prestados pela KANTAR IBOPE MEDIA, sendo vedada à PARTE RECEPTORA qualquer modificação nos *softwares* ora licenciados, tais como, a título meramente exemplificativo, decompilação, decomposição ou engenharia reversa.

3.2. 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 neste Anexo B 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 à parte receptora com o pagamento da multa estipulada no item 10.2 do Contrato, 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.