

KANTAR IBOPE MEDIA

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

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 serviços e produtos e, também, fora do seu estabelecimento, exclusivamente para os fins comerciais legítimos relacionados ao *core business* da Parte Receptora e conforme discriminado 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 05 (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 exclusivamente (i) reproduzir trechos das Pesquisas, em forma resumida ou em conjunto, para seus clientes, na medida em que tais informações estejam relacionadas ao *core business* de seus serviços e produtos; (ii) publicar trechos limitados das Pesquisas, em suas atividades e em material promocional para clientes relacionados com seu *core business*; 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 ou publicação de trechos das Pesquisas deverá ser feita sempre de forma 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 PESQUISA DE MÍDIA LTDA.

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 1.16 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

KANTAR IBOPE MEDIA

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 filiais, controladoras, subsidiárias, empresas controladas, coligadas ou afiliadas.

1.13. 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.

1.14. A KANTAR IBOPE MEDIA não revelará à PARTE RECEPTORA informações suficientes para a identificação dos domicílios da amostra, salvo as que já se encontram especificadas na descrição da Pesquisa.

1.15. 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 exaustivamente: 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.

1.16. Caso a PARTE RECEPTORA desrespeite quaisquer das obrigações avençadas nesta cláusula 1 ou na cláusula 2 abaixo, bem como dos compromissos estabelecidos na cláusula 1.15 deste documento, deverá pagar à KANTAR IBOPE MEDIA multa penal equivalente a 60% (sessenta por cento) da remuneração total do contrato 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.

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 do KANTAR IBOPE MEDIA em anúncio deverá ser feita apenas como fonte das Pesquisas. Na indicação do nome KANTAR IBOPE MEDIA como fonte das Pesquisas, 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 das Pesquisas;
- (b) os índices apresentados no anúncio da PARTE RECEPTORA deverão estar especificados quanto à sua natureza (índice de Target Group Ratings, alcance 24 horas, etc.) e aos dias da semana, faixas horárias, períodos (mês, semana, trimestre, etc.) e público (targets) 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 da Pesquisa 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, bem como de nomes dos programas e/ou de quadros veiculados pelas empresas concorrentes, em anúncios de qualquer natureza. 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”. Não será permitida, portanto, a menção de nomes dos programas e/ou de quadros veiculados pelas empresas concorrentes nos anúncios, ou de qualquer outra informação ou sinal que possa identificar a empresa concorrente;
- (e) todo e qualquer anúncio deverá ser submetido à aprovação da KANTAR IBOPE MEDIA antes de ser publicado, com antecedência mínima de 03 (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. Da Realização de Promoções:

KANTAR IBOPE MEDIA

3.1. A PARTE RECEPTORA se compromete a não realizar promoções que possam induzir os entrevistados a declarar que são telespectadores/ouvintes/ leitores de um determinado veículo durante a vigência do presente documento.

3.2. A KANTAR IBOPE MEDIA se reserva o direito de colocar textos de advertência no corpo do relatório ou no conteúdo do banco de dados das Pesquisas no caso de identificar a realização de promoções que interfiram direta ou indiretamente no resultado das entrevistas, reproduzindo integralmente, em seu relatório ou banco de dados, o texto da promoção identificada, alertando aos usuários da Pesquisa que os mesmos devem analisar com cautela os dados referentes ao veículo em questão.

3.3. Caso a KANTAR IBOPE MEDIA entenda que a PARTE RECEPTORA realizou ou está realizando promoções em desrespeito ao compromisso assumido no item 3.1 acima, deverá solicitar a PARTE RECEPTORA que suspenda tal prática e, caso a solicitação da KANTAR IBOPE MEDIA não seja atendida, a KANTAR IBOPE MEDIA se reserva o direito de agrupar as declarações de telespectadores/ouvintes/leitores juntamente com os dados classificados como 'outros', ficando desde já certo e ajustado que, nesta hipótese, a PARTE RECEPTORA não ficará isenta do cumprimento de qualquer obrigação estipulada neste documento.