

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

الصادرة بقرار مجلس إدارة هيئة الإذاعة والتلفزيون رقم (٣) وتاريخ ١٥/١٠/١٤٤١هـ

والمعدلة بقرار المجلس رقم (٢-٣-٢٤) وتاريخ ٣٠/٤/١٤٤٦هـ



لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

١. المادة الأولى: تمهيد

١.١ تهدف هذه اللائحة إلى تنظيم عمليات شراء وإنتاج المواد الإعلامية في هيئة الإذاعة والتلفزيون.

٢. المادة الثانية: مصطلحات

١.٢ يقصد بالألفاظ والعبارات الآتية ما هو مُبَيَّن أمام كل منها ما لم يقتض السياق خلاف ذلك:

المصطلح	التعريف
المملكة	المملكة العربية السعودية
الهيئة	هيئة الإذاعة والتلفزيون
مجلس الإدارة	مجلس إدارة هيئة الإذاعة والتلفزيون
الرئيس التنفيذي	الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون
اللائحة	لائحة شراء المواد الإعلامية
الجهة الإعلامية	أي شخص طبيعي أو اعتباري (مرخص نظاماً) تتعامل الهيئة معه بهدف توفير أو تنفيذ أو تمويل أو إنتاج أو توزيع مادة إعلامية
المنصات الإعلامية	تشمل القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية والمواقع الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي
المادة الإعلامية	أي مقطع سمعي أو مرئي أو جزء من أحدهما يبث من خلال المنصات الإعلامية التابعة للهيئة سواء كان ذلك البث مباشراً أو مسجلاً والذي قد يكون على سبيل المثال لا الحصر: (برنامج - مسلسل درامي - فيلم سينمائي - فاصل ترويجي - شعار برنامج أو قناة أو محطة - رسوم إبداعية فنية ترويجية إعلامية)
المواد الإعلامية المنفذة	تتضمن المواد الإعلامية التي تم الانتهاء من إنتاجها
المواد الإعلامية غير المنفذة	هي المواد الإعلامية التي ستنج بشكل خاص للهيئة، و/أو التي ستبث عبر المنصات الإعلامية التابعة للهيئة كحقوق عرض ، باستثناء أعمال الدراما غير المنفذة.
أعمال الدراما غير المنفذة	تتضمن أعمال الدراما المكتوبة التي لم يبدأ إنتاجها، والتي ستنج بشكل خاص للهيئة، و/أو التي ستبث عبر المنصات الإعلامية التابعة للهيئة.
الإنتاج الخاص	الإنتاج الذي يتم فيه تكليف منتج بإنتاج مادة إعلامية خاصة للهيئة ويكون العمل ملكاً للهيئة ويحق لها التصرف فيه بالطريقة التي تراها .

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

الإنتاج المشترك	وهو الاتفاق مع جهة إعلامية أو جهات أخرى (شركة أو قناة أو جهات رسمية) لتنفيذ العمل الفني مناصفة أو بنسبة محددة يلتزم بموجبه جميع الأطراف بتحمل تكاليف الإنتاج أو شراء حقوق بث المادة الإعلامية مع مراعاة ما يلي: ١- يجب أن يشمل الاتفاق على الإنتاج أو الشراء الالتزام بأن يكون العمل صالحاً للعرض ووفقاً للضوابط والقواعد الرقابية المعمول بها في الهيئة. ٢- أن يشمل الاتفاق تحديد حقوق الطرفين فيما يتعلق بملكية العمل أو بثه أو تسويقه أو التصرف فيه.
العرض الحصري	هو شراء حق عرض المواد الإعلامية كبث منفرد لمنصات الهيئة دون المنصات الأخرى خلال فترة معينة أو/و منطقة جغرافية معينة يتفق عليها بين الهيئة والجهة صاحبة الحق ولا يجوز لصاحب الحق بيع المادة الإعلامية إلا بعد الانتهاء من بثه كاملاً من قبل الهيئة.
العرض الأول	بث المادة الإعلامية في المنصات الإعلامية التابعة للهيئة قبل بثها في أي وسيلة إعلامية أخرى، أو بشكل متزامن في نفس الوقت مع محطة أخرى أو أكثر. أو بعد عرضه الأول في محطة أخرى على أن يكون بث كل حلقة من المادة الإعلامية بعد عرضها بوقت محدد
العرض الثاني	هو شراء حق عرض المادة الإعلامية لبثها بعد العرض الأول في منصة إعلامية أخرى هو على نوعين حسب ما يتفق عليه مع صاحبه الحق: الأول: أن يتم العرض الثاني لكل حلقة بعد وقت معين من عرضها في المنصة الإعلامية التي حصلت على حق العرض الأول. الثاني: أن يتم العرض الثاني بعد عرض العمل كاملاً في المنصة الإعلامية التي حصلت على حق العرض الأول
العرض المتزامن	هو شراء حق عرض المادة الإعلامية لبثها متزامناً مع منصة إعلامية أخرى أو أكثر في نفس الوقت.
العرض المتوفر	هي بث المواد الإعلامية المنفذة التي سبق بثها أو تم إنتاجها لصالح جهة أخرى غير هيئة الإذاعة والتلفزيون .
شراء الحقوق	امتلاك الهيئة حقوق عرض المواد الإعلامية على منصاتها لفترة محددة أو غير محددة ، وتشمل شراء حقوق العرض الأول أو/و الحصري أو/و المتزامن أو/و الثاني أو/و المتوفر
لجنة التقييم	لجنة تقييم المواد الإعلامية المنفذة وغير المنفذة وأعمال الدراما المنفذة
لجنة الشراء	لجنة شراء المواد الإعلامية
لجنة تقييم النصوص	لجنة تقييم نصوص أعمال الدراما المنتجة إنتاجاً خاصاً للهيئة

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

٣. المادة الثالثة: أحكام عامة

- ١.٣ تتعامل الهيئة عند توفير المواد الإعلامية مع الجهات الإعلامية ذات الكفاءة والخبرة المرخص لهم بمزاولة العمل أو الخدمات التي تقع في نطاقها الأعمال والخدمات طبقاً للأنظمة والقواعد المتبعة.
- ٢.٣ تعطى جميع الجهات الإعلامية الرغبة في التعامل مع الهيئة ممن تتوافر فيهم الشروط التي تؤهلهم لهذا التعامل فرصاً متساوية ويعاملون بشفافية وعلى قدم المساواة.
- ٣.٣ يجب أن تكون المواد الإعلامية المراد إنتاجها أو شراؤها أو تمويلها متوافقة مع النظام العام في المملكة، وأن تكون ملائمة للبث من النواحي الدينية والاجتماعية والثقافية، وذلك وفقاً لمعايير الرقابة والجودة المطبقة في الهيئة.
- ٤.٣ يجب على كل من يتعامل مع الهيئة بغرض إنتاج أو شراء أو تمويل المواد الإعلامية أن يقدم جميع الرخص والشهادات والمتطلبات التي تفرضها الهيئة مقابل تنفيذ الأعمال المدرجة بهذه اللائحة، وأن يكون قد استوفى جميع الإجراءات والشروط النظامية التي تخوله لممارسة هذه الأعمال.
- ٥.٣ تتولى إدارات القنوات التلفزيونية وإدارات المحطات الإذاعية إعداد الخطة السنوية لاحتياجات الهيئة من المواد الإعلامية والرفع بها للاعتماد من قبل الرئيس التنفيذي للهيئة.
- ٦.٣ في حال رغبة المتعاقد استخدام إمكانيات الهيئة بعد موافقة الهيئة على ذلك ، فتتم معاملة المتعاقد وفق لائحة الخدمات والأسعار المعمول بها في الهيئة ، وإذا تطلب العمل استخدام ديكورات جديدة فيقوم المتعاقد بتأمين المواد الخام على نفقته وتحت إشراف الهيئة، ويتحمل المتعاقد تكاليف إزالة الديكورات بعد إنجاز العمل ومسؤولية أية أضرار قد تلحق بالموقع.
- ٧.٣ يلتزم المتعاقد بأن يكون العمل موضوع العقد خالياً من أي عمل دعائي لأية شركة أو مؤسسة سواء كانت وطنية أو أجنبية أو لأية منتجات وأجهزة، ويكون الإنتاج بأسلوب مميز وتقنية فنية عالية وذلك حسب المواصفات والشروط التي تعتمدها الهيئة.
- ٨.٣ على المتعاقد أن يقدم وثيقة مصدقة من الجهات المختصة داخل المملكة أو خارجها - حسب الحال - تثبت ملكيته للعمل أو حقه في البيع أو التأجير، ويكون المتعاقد مسؤولاً عن أية حقوق فكرية أو أدبية أو مالية أو مطالبات للغير عن العمل المقدم، ويقع عليه وحده عبء متابعة تلك الادعاءات والمطالبات وتسويتها على نفقته، ولا شأن للهيئة بذلك.

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

٤. المادة الرابعة: تشكيل اللجان

لجنة تقييم المواد الإعلامية المنفذة وغير المنفذة

- ١.٤. تشكيل بقرار من الرئيس التنفيذي لجنة لتقييم المواد الإعلامية المنفذة وغير المنفذة، والتوصية بمناسبتها بناء على أحكام هذه اللائحة، وللجنة التقييم أن تستعين في تقديم توصياتها بتقرير من فنيين متخصصين، ويعاد تشكيل اللجنة كل سنة مالية أو كلما دعت الحاجة، ويجوز تشكيل أكثر من لجنة واحدة بحسب نوع الإنتاج أو حجم العمليات وطبيعتها.
- ٢.٤. تتكون لجنة التقييم من أربعة أعضاء على الأقل يرأسهم موظف لا تقل مرتبته عن مدير عام وللرئيس التنفيذي الاستثناء من ذلك، على أن يراعى تعيين عضو احتياطي أو أكثر يحل محل من تغيب من الأعضاء المختارين لأشخاصهم، ويجب أن يكون من بين الأعضاء ممثل عن إدارة التسويق، وممثل عن القناة المعنية، وممثل من إدارة الرقابة والبت. وممثل من إدارة الإنتاج، وتصدر بقرار من الرئيس التنفيذي.
- ٣.٤. لا يجوز الجمع بين رئاسة لجنة التقييم وصلاحيه البت في العملية، كما أنه لا يجوز أن يكون مدير شراء الأعمال عضواً في اللجنة.
- ٤.٤. بالإضافة إلى ما تضمنته هذه اللائحة، تتولى لجنة التقييم ما يلي من أعمال على وجه الخصوص:
 - ١.٤.٤. مراجعة مضمون نماذج الإنتاج أو الشراء من الناحية الفنية، والتأكد من موافقتها للمواصفات والشروط المحددة من قبل الهيئة.
 - ٢.٤.٤. تقييم المواد الإعلامية المنفذة وغير المنفذة والتوصية بما تراه مناسباً من الناحية الفنية.
 - ٣.٤.٤. يتم تقييم أعمال الدراما المنتجة إنتاجاً خاصاً للهيئة بعد إجازتها من لجنة قراءة النصوص.
 - ٤.٤.٤. تفويض إدارة شراء الأعمال بمخاطبة مقدم الطلب للاستفسار عن أي غموض في الطلب المقدم من قبله، أو لسحب أية تحفظات مقدمة في الطلب.
 - ٥.٤.٤. تقييم المواد الإعلامية من ناحية المحتوى والجودة، ووفقاً للمعايير المعتمدة.
 - ٦.٤.٤. تقديم تقرير فني مفصل عن التقييم يبين الأسباب التي بنيت عليها التوصية.
 - ٧.٤.٤. العرض المتوفر يتطلب إجازة إدارة الرقابة والبت وتوصية مدير القناة، وفقاً للمعايير المعتمدة.
 - ٨.٤.٤. يحق لكافة أعضاء لجنة التقييم الاطلاع على عروض الأعمال المقدمة.

لجنة تقييم قراءة نصوص الأعمال الدرامية غير المنفذة

- ٥.٤. تشكيل بقرار من الرئيس التنفيذي لجنة لقراءة نصوص الأعمال الدرامية غير المنفذة والمنتجة إنتاجاً خاصاً للهيئة، والتوصية بمناسبتها بناء على أحكام هذه اللائحة، ويعاد تشكيل اللجنة كل سنة مالية أو كلما دعت الحاجة، ويجوز تشكيل أكثر من لجنة واحدة بحسب نوع الإنتاج أو حجم العمليات وطبيعتها.
- ٦.٤. لا يجوز الجمع بين عضوية لجنة تقييم النصوص ولجنة الشراء.
- ٧.٤. يتم إحالة نصوص الأعمال الدرامية غير المنفذة المستوفاة للشروط والمعايير المعتمدة.
- ٨.٤. بالإضافة إلى ما تضمنته هذه اللائحة، تتولى لجنة تقييم النصوص المهام التالية:



لائحة شراء و إنتاج المواد الإعلامية

- ١.٨.٤. مراجعة نصوص أعمال الدراما غير المنفذة من حيث موضوع العمل المراد إنتاجه، ومستوى المعالجة الدرامية، وبناء الشخصيات والحوارات.
- ٢.٨.٤. تقييم النصوص من حيث المحتوى والصياغة والمعالجة الدرامية.
- ٣.٨.٤. تقديم تقرير مفصل عن التقييم مع الرفع بنتائج التقييم بنسبة مئوية والتوصية بقبول العمل أو رفضه أو تعديله.
- ٤.٨.٤. الاطلاع على شخصيات العمل الدرامي الرئيسية ودراسة أبعادها.
- ٥.٨.٤. مخاطبة الجهة الإعلامية مقدمة الطلب – عن طريق إدارة شراء الأعمال- بهدف الاستفسار عما يشوب العمل من غموض، أو لطلب إجراء تعديلات.
- ٦.٨.٤. أية مهام أخرى تكلف بها في قرار تشكيل اللجنة.

لجنة شراء المواد الإعلامية

- ٩.٤. تشكل بقرار من الرئيس التنفيذي لجنة لشراء المواد الإعلامية، والتوصية بمناسبتها، وللجنة أن تستعين في تقديم توصياتها بتقرير من متخصصين، ويعد تشكيل اللجنة كل سنة مالية، أو كلما دعت الحاجة، ويجوز تشكيل أكثر من لجنة واحدة بحسب نوع الإنتاج أو حجم العمليات وطبيعتها.
- ١٠.٤. تتكون لجنة الشراء المباشر للمواد الإعلامية من ثلاثة أعضاء، يُعين رئيسها من بينهم، لفحص عروض الشراء المباشر ورفع التوصيات لصاحب الصلاحية، وتصدر بقرار من الرئيس التنفيذي.
- ١١.٤. لا يجوز الجمع بين رئاسة لجنة الشراء وصلاحيه البت في العملية.
- ١٢.٤. لا يجوز الجمع بين رئاسة وعضوية لجنة الشراء ولجنة تقييم نصوص الأعمال.
- ١٣.٤. بالإضافة إلى ما تضمنته هذه اللائحة، تتولى لجنة الشراء أعمال التقييم المالي، ولها في ذلك ما يلي من أعمال على وجه الخصوص:

- ١.١٣.٤. التأكد من توفر الاعتمادات المالية اللازمة للمشروع.
- ٢.١٣.٤. التفاوض مع مقدمي الطلبات والتأكد من عدالة الأسعار وموافقتها للأسعار السائدة.
- ٣.١٣.٤. التأكد من حجم التزامات مقدم الطلب سواء التزاماته تجاه الهيئة أو غيرها من الجهات، ومستوى تنفيذها، وما إذا كان بإمكانه إنجاز المشروع أو المادة الإعلامية في الوقت المحدد.
- ٤.١٣.٤. الرفع بمحضر التقييم المالي متضمناً الأسباب التي بنيت عليها التوصية.

٥. المادة الخامسة: أساليب الشراء أو الإنتاج

- ١.٥. يتم قبول جميع العروض عن طريق منصة إلكترونية أو البريد الإلكتروني الخاص باستقبال العروض بقبول طلبات الشراء و/أو الإنتاج على النحو التالي:
- ١.١.٥. الإنتاج الخاص.
- ٢.١.٥. الإنتاج المشترك.
- ٣.١.٥. شراء الحقوق ومنها (العرض الحصري – العرض الأول – العرض المتزامن – العرض الثاني - العرض المتوفر).

- ٢.٥. يحق لأي عضو من لجنة التقييم إدراج الأعمال على جدول اجتماع اللجنة.

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

- ٣.٥ يجوز للهيئة شراء أو إنتاج بعض المواد الإعلامية عبر توجيه دعوات لجهات إعلامية محددة.
- ٤.٥ تقوم إدارة الإنتاج والبرامج بإعداد ميزانية للإنتاج الداخلي لتنفيذ مواد إعلامية معينة بالتنسيق مع الإدارة المالية ويتم اعتمادها من الرئيس التنفيذي.

المواد الإعلامية المنفذة

- ٥.٥ تقوم إدارة شراء الأعمال بإعداد نماذج شراء المواد الإعلامية المنفذة، وتؤكد من استكمالها من قبل الجهات الإعلامية، ويجب أن تحتوي هذه النماذج على المعلومات الواضحة والدقيقة للمواد الإعلامية المنفذة.
- ٦.٥ تتم الموافقة على شراء المواد الإعلامية المنفذة من قبل الرئيس التنفيذي للهيئة بناء على توصية لجنة الشراء، ولجنة التقييم.

المواد الإعلامية غير المنفذة وأعمال الدراما غير المنفذة

- ٧.٥ يتم شراء أو إنتاج المواد الإعلامية غير المنفذة وأعمال الدراما غير المنفذة عن طريق إنتاجها بشكل خاص أو بشراء حقوق العرض، وذلك عن طريق المنافسة المحدودة أو عبر مصدر وحيد وفقاً للإجراءات والمعايير المعتمدة من قبل الرئيس التنفيذي، ووفقاً للأحكام والإجراءات والنماذج الواردة بهذه اللائحة.
- ٨.٥ تتولى لجنة التقييم فحص وتقييم المواد الإعلامية غير المنفذة من الناحية الفنية وترفع توصياتها إلى لجنة الشراء وذلك وفقاً للنماذج المعدة لذلك، كما تتولى لجنة التقييم مقابلة ومناقشة من تراه من طاقم العمل - إذا دعت الحاجة لذلك.
- ٩.٥ تتولى لجنة تقييم النصوص تقييم أعمال الدراما المنتجة إنتاجاً خاصاً للتلفزيون من ناحية الفكرة والمعالجة الدرامية وترفع توصياتها إلى لجنة الشراء وذلك وفقاً للنماذج المعتمدة لذلك.
- ١٠.٥ تتولى إدارة شراء البرامج التفاوض مع مقدمي الطلبات والرفع بتوصياتها إلى رئيس لجنة الشراء.
- ١١.٥ تتولى لجنة الشراء فحص وتحليل المواد الإعلامية غير المنفذة وأعمال الدراما غير المنفذة من ناحية الجدوى المالية وكفاءة الجهة الإعلامية وذلك وفقاً للنماذج المعتمدة لذلك.
- ١٢.٥ تتم الموافقة على شراء أو إنتاج المواد الإعلامية إدارة غير المنفذة وأعمال الدراما غير المنفذة من قبل الرئيس التنفيذي بناء على توصية لجنة الشراء، وتوصية لجنة التقييم أو لجنة تقييم النصوص -بحسب الحال-

المواد الإذاعية

- ١٣.٥ يتم شراء أو إنتاج المواد الإعلامية الخاصة بالأعمال الإذاعية سواء المنتج منها بشكل خاص أو البرامج الإذاعية المنفذة عن طريق مصدر وحيد وذلك وفقاً للإجراءات والمعايير المعتمدة من قبل الرئيس التنفيذي، ووفقاً للأحكام والإجراءات والنماذج الواردة بهذه اللائحة.
- ١٤.٥ تتم الموافقة على شراء أو إنتاج المواد الإعلامية الخاصة بالأعمال الإذاعية من قبل الرئيس التنفيذي بناء على توصية لجنة الشراء ولجنة التقييم.

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

٦. المادة السادسة: أسس الشراء أو الإنتاج

١.٦. تبرم تعاقدات الهيئة كافة على أساس أن يتم التنفيذ مقابل مبلغ محدد ومدة محددة، ويتم صرف المستحقات حسب الأعمال المنجزة فعلياً.

٧. المادة السابعة: إعداد نماذج الشراء

١.٧. تقوم إدارة شراء الأعمال بإعداد نماذج إنتاج وشراء المواد الإعلامية، بحيث تتضمن هذه النماذج المعلومات الواضحة والدقيقة عن المواد الإعلامية.

٢.٧. يجب أن تتضمن نماذج إنتاج وشراء المواد الإعلامية - على سبيل المثال للحصر - التالية:

١.٢.٧. بيان بكافة الشروط الخاصة المرتبطة بالإنتاج أو الشراء أو التمويل، والتي تشمل كافة الالتزامات للطرفين.

٢.٢.٧. بيان باسم ومعلومات طالب التعاقد مع الهيئة.

٣.٢.٧. النص على حق الهيئة في قبول أو رفض بعض الطلبات أو إلغاء العملية بكاملها وذلك دون أي مسؤولية عليها

٤.٢.٧. النص على عدم التزام الهيئة في جميع الأحوال بدفع أي مصاريف أو تعويضات عن أي تكاليف يكون طالب التعاقد قد تحملها في سبيل تقديم طلب الشراء أو الإنتاج.

٨. المادة الثامنة: مخاطبة الجهات الإعلامية

١.٨. تختص إدارة شراء الأعمال بالرد على استفسارات الجهات الراغبة بالتعاقد مع الهيئة.

٩. المادة التاسعة: طلبات ونماذج الشراء أو الإنتاج

١.٩. يجب أن يراعى في طلبات ونماذج الشراء أو الإنتاج ما يلي:

١.١.٩. أن تكتب البيانات باللغة العربية.

٢.١.٩. أن يتم تضمين اسم مقدم الطلب واسم العملية التي جرى تقديم العرض بخصوصها.

٣.١.٩. أن يتم تضمين اسم أو أسماء الأشخاص المخولين باتخاذ القرارات والتفاوض وإبرام العقود مع الهيئة،

وصفتهم ومدى سلطاتهم وحدودها، على أن يتم تضمين خطابات التفويض بالنسبة للموزعين والمؤجرين الراغبين بالتعاقد مع الهيئة.

٢.٩. يجب على الراغبين بالتعاقد مع الهيئة - من المنشآت السعودية أو الأجنبية - أن يتقدموا بالوثائق والتصاريح والرخص اللازمة والتي تحددها الهيئة.

٣.٩. يجوز أن تتقدم أكثر من جهة بطلب إنتاج أو شراء بالتضامن، مع مراعاة الضوابط التالية:

١.٣.٩. أن يكون التضامن قبل تقديم العرض، وبموجب اتفاقية مبرمة بين الأطراف المتضامنة، ومصدقة من جهة ذات اختصاص بالتوثيق والتصديق.

٢.٣.٩. أن توضح اتفاقية التضامن الممثل القانوني لأطراف التضامن أمام الهيئة، لاستكمال إجراءات التعاقد، وتوقيع العقد، والمسؤولية عن التوقيع والمخاطبات.

٣.٣.٩. أن يختم العرض وجميع وثائقه ومستنداته من جميع أطراف التضامن.

٤.٣.٩. أن تقدم اتفاقية التضامن مع العرض وجميع وثائقه ومستنداته.

٥.٣.٩. لا يجوز تعديل اتفاقية التضامن بعد تقديمها دون موافقة الهيئة.



لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

١٠. المادة العاشرة: استقبال الطلبات

- ١.١٠. يجب أن تسلم طلبات شراء أو إنتاج المواد الإعلامية عن طريق البريد الإلكتروني أو المنصة الإلكترونية التي تشرف عليها إدارة شراء الأعمال، وفي المواعيد والأماكن المحددة من قبل إدارة شراء الأعمال، ويحظر استقبال أية طلبات خلاف ذلك.
- ٢.١٠. تقوم إدارة شراء الأعمال بحصر الطلبات المقدمة، والجهات المتقدمة، وأوقات وتواريخ تسليم الطلبات.
- ٣.١٠. تقوم إدارة شراء الأعمال بفرز أولي للعروض المقدمة بحسب هوية القنوات والخطة البرمجية لديها بالتنسيق مع مساعدي الرئيس للتلفزيون والإذاعة.
- ٤.١٠. تقوم إدارة شراء الأعمال بالتأكد من استكمال كافة البيانات والمعلومات المطلوبة في نماذج وطلبات الشراء أو الإنتاج والتأكد من صلاحية وسريان كافة الوثائق المقدمة مع طلب الشراء أو الإنتاج.
- ٥.١٠. أن تكون الأعمال المقدمة عن طريق جهة مرخصة اعلامياً، ولا يتم قبول الأفكار من الأفراد.

١١. المادة الحادية عشرة: سرية المعلومات

لا يجوز الكشف عن المعلومات المتعلقة بتقييم المواد الإعلامية والتوصيات الصادرة عن لجان التقييم والشراء، سواء للجهات الإعلامية أو للأشخاص الآخرين غير المعنيين مباشرة بالمشروع.

١٢. المادة الثانية عشرة: البت في طلبات الشراء أو الإنتاج

- ١.١٢. بعد انتهاء لجنة التقييم ولجنة الشراء من وضع توصياتها، تحال كافة الوثائق إلى الرئيس التنفيذي لإصدار القرار في حال الموافقة على شراء أو إنتاج المادة الإعلامية.
- ٢.١٢. يُعد العقد من أربع نسخ على الأقل، تعطى نسخة للمتعاقد ونسخة للديوان العام للمحاسبة، وتحفظ النسخ الأخرى وفق إجراءات حفظ الوثائق السارية في الهيئة مع تزويد الإدارات ذات العلاقة بنسخ للعمل بموجبها.
- ٣.١٢. تعد الإدارة القانونية - بالتنسيق مع الإدارات ذات العلاقة - العقود التي تكون الهيئة طرفاً فيها بما يتفق مع أحكام هذه اللائحة.
- ٤.١٢. تصاغ العقود وملحقاتها باللغة العربية ويجوز استخدام لغة أخرى إلى جانب اللغة العربية، على أن تكون اللغة العربية هي اللغة المعتمدة في تفسير العقد، وتنفيذه.

١٣. المادة الثالثة عشرة: أعمال الغش

- ١.١٣. عند قيام الجهة الإعلامية المتعاقدة مع الهيئة بأي عمل - قبل الاتفاق أو بعده - مخالف للقانون أو لأنظمة الهيئة أو للوائحها، أو تقديمها لمعلومات أو لبيانات غير صحيحة أو سليمة في سبيل حصولها أو إنجازها لأي من أعمال الهيئة، ففي هذه الحالة يتم إنهاء التعاقد معها، مع حق الهيئة باتخاذ الإجراءات التي تكفل حقها.

لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

١٤. المادة الرابعة عشرة: متابعة التنفيذ

- ١.١٤. تكون إدارة الرقابة والبت هي المسؤولة عن استلام المواد الإعلامية المنفذة، ويجوز للرئيس التنفيذي أو من يفوضه إضافة إدارة أو إدارات أخرى.
- ٢.١٤. تكون الإدارة العامة للإنتاج والبرامج الجهة المعنية بمتابعة تنفيذ وإنتاج المواد الإعلامية غير المنفذة وأعمال الدراما غير المنفذة، ويجوز للرئيس التنفيذي أو من يفوضه إضافة إدارة أخرى إلى جانب الإدارة العامة للإنتاج والبرامج.
- ٣.١٤. يجب أن تكون كافة المخاطبات المتعلقة بالعقد (سواء كانت داخلية أم خارجية) خطية، وعدم النظر إلى المخاطبات والاجتماعات والأوامر الشفهية غير المثبتة خطياً، وحتى في حالة إجراء مخاطبات أو توجيهات شفهية، فيجب توثيقها خطياً في أقرب فرصة ممكنة.

١٥. المادة الخامسة عشرة: الصرف

- ١.١٥. يتم سداد الدفعات وفق لائحة واجراءات الصرف المعتمدة في الهيئة مع مراعاة الآتي:
 - ١.١.١٥. تدفع مستحقات المتعاقد معه على دفعات تتناسب مع كل من قيمة وزمن العقد وحجم كل مرحلة من مراحله.
 - ٢.١.١٥. يجوز للهيئة -بعد توقيع العقد- أن تدفع للمتعاقدين دفعة مقدمة لا تتجاوز نسبة (١٠٪) عشرة في المائة من القيمة الإجمالية للعقد مقابل تقديم المتعاقد ضمان بنكي لها ، وتحسم قيمتها على إقساط من مستحقات المتعاقد.
 - ٣.١.١٥. يرتبط صرف أي مستحقات للمتعاقدين معه بتوفر شهادة إنجاز من الإدارة المختصة بمتابعة التنفيذ أو الاستلام.
 - ٤.١.١٥. تصرف الدفعة الأخيرة التي يجب ألا تقل عن (٥٪) خمسة في المائة بعد إنجاز كافة الأعمال وتسليمها بشكل نهائي. ويشترط لصرف هذه الدفعة تقديم الشهادات والوثائق التي تطلبها الهيئة.
- ٢.١٥. تدفع قيمة العقود بالريال السعودي. ويجوز أن تدفع بأية عملة أخرى، وينص في شروط العقد على العملة التي يقدم بها العرض، وأن تشمل ضريبة القيمة المضافة وأي ضرائب أخرى قد تنطبق.

١٦. المادة السادسة عشرة: التغيير

- ١.١٦. يتم النص في كافة تعاقدات الهيئة على حقها - أثناء تنفيذ العقد - في زيادة مقدار الأعمال بنسبة لا تتجاوز (١٠٪) عشرة في المائة من مجموع قيمة العقد، أو إنقاصها بنسبة لا تتجاوز (٢٠٪) عشرين في المائة من مجموع قيمة العقد، على أن يجري في هذه الحالة تعديل قيمة العقد بالزيادة أو الإنقاص تبعاً لذلك.
- ٢.١٦. لا يجوز التكليف بأعمال إضافية بعد انتهاء الأعمال محل العقد واستلامها.
- ٣.١٦. يتم الموافقة على طلبات التغيير عن طريق الرئيس التنفيذي بناء على توصية لجنة الشراء.
- ٤.١٦. في حالة موافقة الرئيس التنفيذي على التغيير، يبلغ القرار إلى المتعاقد معه عبر إصدار أمر تغيير وفق أحكام العقد، ويتم تطبيق أسعار العقد لحساب قيمة أمر التغيير. وإذا كان التغيير لإضافة أعمال ليس لها مثيل في أسعار العقد، فيتم تحديد الأسعار عبر طلب عروض وفق أحكام هذه اللائحة.



لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

١٦.٥. يجوز للرئيس التنفيذي تمديد العقد في الحالات التالية:

- ١.٥.١٦. إذا تم تكليف المتعاقد بأعمال إضافية على ما ورد في العقد، بشرط أن تكون المدة المضافة متناسب مع المدة الأساسية للعقد وحجم الأعمال وطبيعتها.
- ٢.٥.١٦. إذا صدر أمر من الهيئة بإيقاف الأعمال أو جزء منها لأسباب لا تعود للمتعاقد.
- ٣.٥.١٦. إذا كانت الاعتمادات المالية السنوية للأعمال غير كافية لإنجازها.
- ٤.٥.١٦. إذا كان التأخير ناتجاً عن ظروف طارئة أو لسبب خارج عن إرادة المتعاقد.

١٧. المادة السابعة عشرة: التقصير

- ١.١٧. إذا قصر المتعاقد في عقود إنتاج وشراء المواد الإعلامية في تنفيذ التزاماته، يحق للهيئة بموجب تقرير رقابي يوضح جوانب التقصير على أن يتم تكوين لجنة لتحديد نسبة الغرامة.
- ٢.١٧. إذا تأخر المتعاقد في تنفيذ العقد عن الموعد المحدد تفرض عليه غرامة تأخير لا تتجاوز (٢٠٪) من قيمة العقد.
- ٣.١٧. يجب على الهيئة إنهاء العقد في الحالات المنصوص عليها في نظام المنافسات والمشتريات الحكومية ولائحته التنفيذية ذلك في الحالات المنصوص عليها في نظام المنافسات والمشتريات الحكومية ولائحته التنفيذية ووفق الإجراءات المتبعة لذلك.

١٨. المادة الثامنة عشرة: استلام المواد الإعلامية

- ١.١٨. يتم استلام المواد الإعلامية بعد إنتاجها أو شرائها من قبل إدارة الرقابة والبيت.
- ٢.١٨. يوثق الاستلام بشهادة تصدرها الجهة المستلمة تتضمن تاريخ الإنجاز أو الاستلام ، ومدة التأخير إن وجدت.
- ٣.١٨. يجب الامتناع عن إصدار أي شهادة إنجاز قبل إتمام الأعمال حسب مراحل تنفيذ العمل محل التعاقد.
- ٤.١٨. يجب قبل إصدار شهادة الإنجاز التأكد من موافقة الأعمال المنجزة للشروط والمواصفات المنصوص عليها في العقد. ولشروط ومعايير جودة العمل/ الأعمال من النواحي الفنية والرقابية.
- ٥.١٨. مع مراعاة الأحكام الواردة في المادة السادسة عشرة من هذه اللائحة، يجب أن يخصم من مبلغ العقد قيمة أية أعمال أو مواد إعلامية لم يتم إنجازها أو تسليمها في موعدها، إضافة إلى الغرامات والجزاءات الواردة في هذه اللائحة.



لائحة شراء وإنتاج المواد الإعلامية

١٩. المادة التاسعة عشرة: أحكام ختامية

- ١.١٩. تتحمل الجهات الإعلامية التي تتعامل معها الهيئة بغرض التنفيذ أو الشراء أو التمويل جميع الحقوق الناشئة عن المطالبات التي تكون بسبب التعدي على الحقوق الفكرية والأدبية والمالية.
- ٢.١٩. تخضع أحكام هذه اللائحة إلى الأنظمة واللوائح والتعليمات المعمول بها في المملكة العربية السعودية وفي حالة التعارض أو الاختلاف فإن أحكام الأنظمة واللوائح والتعليمات هي التي تسود.
- ٣.١٩. تسري هذه اللائحة اعتباراً من تاريخ اعتمادها من قبل مجلس إدارة الهيئة أو من يفوضه.
- ٤.١٩. فيما لم يرد بشأنه نص في هذه اللائحة، فيرفع الأمر إلى مجلس إدارة الهيئة لاتخاذ القرار بشأنه، وتعديل هذه اللائحة وفق ما يقرره المجلس.

