



دلالة القابضة  
DLALA HOLDING

شركة دلالة للوساطة والاستثمار القابضة

السياسات والإجراءات

## الاتصالات المؤسسية

قائمة التوزيع

يتولى الاعتماد	الرئيس التنفيذي
يتولى المراجعة والتحديث والاعتماد.	إدارة الاتصالات والتسويق

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
	السياسة والإجراءات	

## المحتويات

4	المقدمة	1.
4	بيان السياسة	1.1
4	الغرض	1.2
4	النطاق وقابلية التطبيق	1.3
4	مراجعة الدليل وتحديثه	1.4
4	القيّم على الدليل	1.5
5	استراتيجية الاتصالات المؤسسية	2.
5	نقل المعلومات والإفصاح عنها	3.
5	الالتزامات والمسؤوليات	3.1
5	تعيين المتحدث الرئيسي	3.2
5	التعامل مع المراسلات الواردة من الجهات التنظيمية	3.3
6	التواصل مع بورصة قطر	3.4
6	التواصل مع المستثمرين والمحلّين الماليين	3.5
6	هوية العلامة التجارية واستراتيجية إنشاء العلامة التجارية	4.
6	هوية العلامة التجارية	4.1
7	استراتيجية إدارة العلامة التجارية	4.2
7	التواصل الخارجي	5.
7	حملات التسويق والإعلانات	5.1
8	الفعاليات	5.2
8	موقع دلالة القابضة الإلكتروني	5.3
9	العلاقات العامة (العلاقات مع الصحافة والإعلام)	5.4
10	التواصل الداخلي	6.
10	الشبكة الداخلية (إنترانت)	6.1
10	العروض والنشرات الداخلية	6.2
11	البريد الإلكتروني والخطابات والمذكرات والتعاميم	6.3
12	الإجراءات	7.
12	وضع استراتيجية الاتصالات المؤسسية ومراجعتها سنويًا	7.1
13	التعامل مع المراسلات الواردة من الجهات التنظيمية (باستثناء بورصة قطر)	7.2

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 2 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	--------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
	السياسة والإجراءات	

13.....	التواصل مع بورصة قطر	7.3
14.....	استراتيجية العلامة التجارية ودليل هوية العلامة التجارية	7.4
15.....	التواصل الخارجي: حملات التسويق والإعلانات	7.5
15.....	التواصل الخارجي: الفعاليات	7.6
16.....	التواصل الخارجي: نشر معلومات على الموقع الإلكتروني	7.7
16.....	التواصل الخارجي: تعديل تصميم صفحة الموقع الإلكتروني	7.8
17.....	التواصل الخارجي: المنشورات الصحفية	7.9
17.....	التواصل الخارجي: المؤتمر الصحفي	7.10
18.....	التواصل الخارجي: أثناء الأزمات	7.11
18.....	التواصل الخارجي: المقابلات والظهور الإعلامي	7.12
18.....	التواصل الداخلي: التقديم والنشر الداخلي	7.13
19.....	الاختصارات والتعريفات	8.
19.....	التعريفات والمصطلحات الرئيسية والاختصارات	8.1.
19.....	سجل المراجعات	8.2.
19.....	سجل الاعتمادات	8.3.
19.....	سجل المراجعات	8.4.
20.....	المراجع	9.
20.....	الإجراءات والإرشادات والمعايير ذات الصلة	9.1

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 3 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	--------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

## الاتصالات المؤسسية

### 1. المقدمة

#### 1.1 بيان السياسة

تلتزم شركة دلالة للوساطة والاستثمار القابضة ("دلالة القابضة" أو "الشركة") بتوفير معلومات محدّدة الوقت ومُحدّثة ودقيقة لكل أصحاب المصلحة التابعين لها (الداخليين والخارجيين)، وتدرك دلالة القابضة أهمية بناء صورة حكيمّة للعلامة التجارية متنسقة مع أهداف أعمال الشركة ورؤيتها ورسالتها.

#### 1.2 الغرض

تؤمن دلالة القابضة بضرورة الالتزام بأفضل ممارسات التواصل لتطبيق معايير وقواعد الحوكمة والنزاهة والشفافية، ولذا فقد اعتمد مجلس الإدارة سياسة تواصل واضحة لإضفاء طابع الشفافية والنزاهة في التعامل مع المساهمين الحاليين والمحتملين من خلال إبقائهم على إطلاع بالتطورات التي تشهدها الشركة لتشجيعهم على الاستثمار في أسهم الشركة وطمأنتهم على استثماراتهم فيها. تحدّد السياسة والإجراءات أيضاً البروتوكولات المُتّبعة في التواصل مع أصحاب المصلحة، ومستوى المعلومات التي يُسمح بالكشف عنها ودرجتها وتحديد الهيكل والإطار الزمني في الاستجابة للمخاوف التي يطرحها أصحاب المصلحة.

#### 1.3 النطاق وقابلية التطبيق

تسري سياسة وإجراءات الاتصالات المؤسسية بالشركة (الدليل) المنصوص عليها فيما يلي بدءاً من تاريخ اعتمادها من مجلس إدارة الشركة. يُطبق هذا الدليل على مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية وعلى جميع موظفي دلالة القابضة. أحكام هذا الدليل هي أحكام أساسية ويجب إطلاع جميع الموظفين عليها والالتزام بها في الشركة. في حال تعارضت أحكام هذا الدليل مع أي من المتطلبات التنظيمية أو القانونية الصادرة مؤخراً، تكون للمتطلبات الأولوية على أحكام هذا الدليل حتى تحديثه واعتماده على نحو مناسب.

#### 1.4 مراجعة الدليل وتحديثه

يجب مراجعة هذا الدليل دورياً، بحسب الاتجاهات التي تظهر والقواعد التنظيمية المعمول بها، وذلك لضمان تغطيته لهذا الغرض وعلاقته به وملاءمته له.

#### 1.5 القِيم على الدليل

مسؤول علاقات المستثمرين هو القِيم على الدليل والمسؤول عن إدارة تعديلاته.

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	<تاريخ الإصدار>	1.0		4 من 20

	دلالة القابضة	 دلالة القابضة DLALA HOLDING
	السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات	
	السياسة والإجراءات	

## 2. استراتيجية الاتصالات المؤسسية

يساهم التواصل الوثيق والمستمر للشركة مع أصحاب المصلحة في تكوين تصور صحيح وبناء علاقة جيدة معهم.

- تضع دلالة القابضة استراتيجية اتصالات مؤسسية معتمدة بناءً على فهم الاحتياجات والأهداف والمخاوف المتعلقة بأصحاب المصلحة المختلفين.
- تراجع إدارة التسويق والاتصالات ومسؤول علاقات المستثمرين استراتيجية الاتصالات المؤسسية المعتمدة من المجلس دورياً.
- يتم تحديد وضع استراتيجية اتصالات مؤسسية معينة وأساليب وتنسيقات وإجراءات معينة بناءً على درجة الضرر أو التأثير المحتمل الذي ستكبده الشركة نتيجة الإهمال أو التقاعس تجاه مجموعة معينة من أصحاب المصلحة.
- تُنشئ دلالة القابضة قنوات تواصل فعالة مع المساهمين وتضمن إيصال آرائهم إلى المجلس<sup>1</sup>

## 3. نقل المعلومات والإفصاح عنها

يتعين على دلالة القابضة نقل المعلومات ومشاركتها بدقة وشفافية وشمولية لتضمن تلقي أصحاب المصلحة معلومات كافية ومتسقة ومحددة الوقت.

### 3.1 الالتزامات والمسؤوليات

- تمثل الشركة للقواعد والشروط التي تنظم الإفصاح والإشراك التي تنص عليها بورصة قطر بمقتضى القانون رقم 11 لسنة 2015، بإصدار قانون الشركات التجارية. تمثل الشركة لمتطلبات الإفصاح وتشمل الإفصاح عن عدد أسهم أعضاء المجلس والمديرين التنفيذيين وكبار المساهمين أو المساهمين المسيطرين.
- تنشر الشركة قوائم مالية مُدققة سنوية وشبه سنوية (الميزانية العمومية وحساب الأرباح والخسائر، وتقرير مجلس الإدارة، ونص تقرير المُدققين بالكامل، بما في ذلك التوضيحات وإفصاحات الشركة الواردة فيه) في جريدتين صحفيتين (واحدة منهم على الأقل باللغة العربية) وعلى موقع الشركة الإلكتروني قبل تاريخ الجمعية العمومية بخمسة عشر يوماً على الأقل<sup>2</sup>.
- تنشر دلالة القابضة تقرير الحوكمة سنوياً على موقعها الإلكتروني وتوزع نسخاً منه في اجتماع الجمعية العمومية.
- تتيح دلالة المعلومات التي تهتم المساهمين على مواقعها الإلكترونية على نحو يضمن سهولة الوصول إليها، وتحديثها دورياً.
- تُفصح دلالة القابضة في تقريرها السنوي عن أي معلومات جوهرية تخص مشروعات الشركة الحالية، والمشروعات التي تخطط للقيام بها، أو أي معلومات أو مشروعات من الممكن أن تؤثر على سعر الأسهم.
- تصدر دلالة منشوراً صحفياً أو إفصاحاً حسب الاقتضاء يتضمن الإفصاح عن أي معلومات مهمة وضرورية بما في ذلك الإفصاح عن النتائج المالية والمشروعات الاستراتيجية الجديدة والشراكات والإعلان عن المطالبات والأحكام ذات الصلة.
- تُفصح الشركة عن أسماء أعضاء لجنة مجلس الإدارة وإطار عمله وأنظمتها.
- في حالة خضوع الشركة للتصفية، فيجب عليها أن تضمن نقل تلك المعلومة لكافة أصحاب المصلحة عن طريق وضع مصطلح "قيد التصفية" مع اسم الشركة في كل مراسلاتها مع أصحاب المصلحة خلال تلك الفترة<sup>3</sup>.

### 3.2 تعيين المتحدث الرئيسي

- تُعين الشركة متحدثاً رسمياً لها ويتم تفويضه لإصدار النشرات والبيانات الصحفية والتصريحات والمعلومات الأخرى فيما يتعلق بالموضوعات الخاصة بالشركة.

### 3.3 التعامل مع المراسلات الواردة من الجهات التنظيمية

- تستلم نقطة الاتصال المُفوض التي يُعيّنها الرئيس التنفيذي التعاميم والمراسلات باستمرار من الجهات التنظيمية، والتي تشمل هيئة الأسواق المالية بقطر وبورصة قطر ووزارة الصناعة والتجارة.

<sup>1</sup> المادة (11) - نظام حوكمة هيئة قطر للأسواق المالية للشركات والكيانات القانونية المدرجة في السوق الرئيسية.

<sup>2</sup> المادة (126) والمادة (184) - القانون رقم 11 لسنة 2015، بإصدار قانون الشركات التجارية؛ لمزيد من التفاصيل، يُرجى الرجوع إلى سياسة علاقات المستثمرين بالشركة

<sup>3</sup> المادة (304) - القانون رقم 11 لسنة 2015، بإصدار قانون الشركات التجارية

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية <td>تاريخ الإصدار <td>1.0 <td> <td>5 من 20</td> </td></td></td>	تاريخ الإصدار <td>1.0 <td> <td>5 من 20</td> </td></td>	1.0 <td> <td>5 من 20</td> </td>	<td>5 من 20</td>	5 من 20

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

▪ وتشمل على سبيل المثال لا الحصر، ما يلي:

- التعاميم المتعلقة باللوائح التنظيمية الجديدة والإرشادات الموجهة للشركات المسجلة في بورصة قطر
- خطابات أخرى موجهة خصيصًا للشركة حول موضوعات أو قضايا معينة
- تقارير تفتيش بورصة قطر
- مراسلات أخرى

▪ تسلم نقطة الاتصال (أو المتحدث الرسمي) المُفوض التي يُعيّنها الرئيس التنفيذي المراسلات لمسؤول علاقات المستثمرين لتوزيعها على رؤساء الإدارات المعنيين لاتخاذ الإجراءات المناسبة في غضون الإطار الزمني المحدد.

▪ يضمن مسؤول علاقات المستثمرين الرد على الاستفسارات والطلبات الواردة من الجهة التنظيمية في غضون يومي عمل من تاريخ استلام المراسلات أو خلال الفترة الزمنية المنصوص عليها حسب ما يقتضي الحال.

### 3.4 التواصل مع بورصة قطر

- تُعيّن الشركة نقطة اتصال كمتحدث رسمي مفوض، وبديلاً عنه، ليكون مسؤولاً عن التواصل المستمر مع بورصة قطر.<sup>4</sup>
- يجب أن تكون كل الطلبات والمراسلات الموجهة لبورصة قطر والوثائق المقدمة لها باللغة العربية أو الإنجليزية (مع موافقة البورصة عليها مسبقاً).<sup>5</sup>
- على جهة الاتصال بين بورصة قطر والشركة أن تضمن الرد على الاستفسارات والطلبات من بورصة قطر خلال يومي عمل من تاريخ استلام المراسلات أو خلال الفترة الزمنية المنصوص عليها كما تحددها المراسلات الواردة من البورصة بحسب ما يقتضي الحال.

### 3.5 التواصل مع المستثمرين والمحلّلين الماليين

- لا يحق لأحد إلا مسؤول علاقات المستثمرين والرئيس التنفيذي التواصل مع المستثمرين والمحلّلين الماليين.<sup>6</sup>

## 4. هوية العلامة التجارية واستراتيجية إنشاء العلامة التجارية

يجب على الشركة تعزيز الاعتراف المُتسق والإيجابي بالعلامة التجارية للمجموعة وقدراتها بين أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين، من خلال تأسيس هوية علامة تجارية فعّالة عبر جهود الترويج للعلامة التجارية والتسويق لها.

### 4.1 هوية العلامة التجارية

هوية الشركة مصممة لتلائم وتسهل تحقيق الشركة لرسالتها ورؤيتها وأهدافها. ويجب على الشركة تقديم نفسها على نحو منفتح وموثوق ومتعاون ومحترم كجزء من بنائها لعلامتها التجارية وحمايتها.

العلامة التجارية للشركة هي الصورة المرئية والعاطفية والعقلانية والثقافية المملوكة للشركة والمتعلقة بها وبمنتجاتها وخدماتها.

يجب أن تضمن الشركة أن علامتها التجارية متميزة وبارزة وترتبط بما يحقّز الإيجابية في عقول الذين يصادفونها.

تشمل هوية العلامة التجارية للشركة أسماء العلامات التجارية والعناصر المرئية مثل الشعارات، ومواقع أنشطتها والرباطات التجارية وشخصية العلامة التجارية التي تستأسر بقيم الشركة.

- تتولى إدارة التسويق والاتصالات إعداد دليل هوية العلامة التجارية (يعتمده مجلس الإدارة) ويحتوي على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

<sup>4</sup> الباب الخامس - قواعد التعامل في بورصة قطر، أغسطس 2020

<sup>5</sup> الباب الثاني - قواعد التعامل في بورصة قطر، أغسطس 2020

<sup>6</sup> راجع سياسة علاقات المستثمرين في دلالة القابضة

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 6 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	--------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

- شعار الشركة وإصدارات مختلفة منه لتثبيته على مختلف وسائل التواصل.
- ألوان معتمدة للعلامة التجارية لاستخدامها في وسائل التواصل المتعددة.
- نماذج معتمدة لمختلف أنواع التواصل
- عناصر مرئية معتمدة يمكن استعمالها
- تفاصيل رابطة العلامة التجارية
- يعتمد مجلس الإدارة دليل هوية العلامة التجارية.
- تضمن دلالة القابضة أن الدلالات المرئية للهوية مثل (الشعارات وما إلى ذلك) تُستخدم بتطابق وتناسق.
- لا يُستخدم إلا الإشارات أو العلامات المُعتمدة من الشركة على جميع مواد المؤسسة، أو شعاراتها أو أدواتها المكتتبية أو كسوتها.
- يُحظر تماماً تنوع شعار المؤسسة إلا في حالة وافقت إدارة التسويق والاتصالات على ذلك في تقديم الرسوم المتحركة من أجل التأثير الإبداعي في تقديم الإعلانات أو العروض التقديمية في وسائط الإعلام المتعددة.
- يُحظر تماماً تنوع ألوان المؤسسة.
- لا يُستخدم شعار الشركة بالاقتران مع شعار شركة أخرى إلا في سيناريو إعلان الشراكة والذي يتم اعتماده من مجلس الإدارة أو الإدارة التنفيذية (وفقاً لتفويض السلطة المُحدّد)؛ أما غير ذلك فيكون شعار الشركة قائماً بذاته.
- يُحظر تماماً بيع العلامة التجارية للشركة أو استخدامها على أي مواد بخلاف مواد الشركة.
- يُحظر على الإدارة والموظفين استعمال الأدوات المكتتبية الرسمية للشركة لأي غرض غير الاستخدام الرسمي للأعمال.

#### 4.2 استراتيجية إدارة العلامة التجارية

تضع دلالة القابضة استراتيجية قوية لإدارة العلامة التجارية. يتعين النظر في العناصر التالية ودمجها في استراتيجية إدارة العلامة التجارية.

- المناصب التي تشغلها دلالة القابضة ومنافسوها في أذهان قطاعات السوق المستهدفة.
  - الفروق بين منتجات أو خدمات الشركة الحقيقية أو المُتصورة حسب قطاعات السوق المستهدفة.
  - توقعات قطاعات السوق المستهدفة بشأن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة.
  - معايير العملاء الاجتماعية ومتطلبات الحكومة التنظيمية.
  - مصداقية العلامة التجارية للشركة وعناصرها العديدة واستمراريتها كما يستقبلها السوق.
  - البرامج والأنشطة والمعايير الداعمة للعلامة التجارية للشركة. وهي تشمل الأسماء والشعارات واللافتات ومحتوى الإعلانات ووسائط الإعلام والعروض التجارية والمتحدثين الرسميين وروابط المشاهير والمسابقات والفعاليات التي ترعاها والعلاقات العامة والعروض الترويجية وقنوات التوزيع المستخدمة والمؤسسات الخيرية والقضايا المدعومة وأنشطة المواقع الإلكترونية والأنشطة المشتركة لإدارة العلامة التجارية والمعايير البيانية وما إلى ذلك.
- يعتمد مجلس الإدارة استراتيجية إدارة العلامة التجارية.

#### 5. التوصل الخارجي

تلتزم دلالة القابضة بالتوزيع الفعال للمعلومات على أصحاب المصلحة الخارجيين، بما يشمل العملاء والمساهمين وذوي الصلة بالشؤون المالية وغيرهم. وتستخدم دلالة القابضة مختلف وسائل التواصل مع أصحاب المصلحة الخارجيين بناءً على متطلبات محدّدة، وتشمل التواصل من خلال حملات التسويق والإعلان، وتنظيم فعاليات متنوعة، وعبر موقع الشركة الإلكتروني، والمنشورات الصحفية، والمؤتمرات الصحفية.

#### 5.1 حملات التسويق والإعلانات

- تنفيذ إدارة التسويق والاتصالات استراتيجيات التسويق والإعلان بالتعاون مع الإدارات المتنوعة وتضمن توحيد وتزامن جميع عمليات التواصل المرتبطة بها.
- يجب أن يتوافق استخدام نماذج وتوقعات الشركة مع دليل هوية العلامة التجارية

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار	1.0		7 من 20

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

## 5.2 الفعاليات

- تركز الفعاليات التي تستضيفها الشركة على تعزيز صورة الشركة وتحقيق الوعي بالعلامة التجارية، والمسؤوليات الاجتماعية المؤسسية، ورفع مستوى العلاقات التجارية، وإشراك العملاء وشركاء الأعمال والمسؤولين الحكوميين وجعلهم يشعرون بالقيمة.
- يجب تنسيق الفعاليات التي تستضيفها الشركة مع إدارة التسويق والاتصالات تحت إشراف رئيس الإدارة.

### 5.2.1 روزنامة الفعاليات السنوية

- تُعَدّ الشركة روزنامة الفعاليات السنوية.
- يجب أن تتوافق روزنامة الفعاليات السنوية مع الخطة السنوية للتسويق والاتصالات المعتمدة من رئيس إدارة التسويق والاتصالات.
- يعتمد رئيس إدارة التسويق والاتصالات وإدارة الشؤون المالية الفعاليات الجديدة وما يعقبها من تحديث لروزنامة الفعاليات على مدار العام من أجل اعتبارات الميزانية ويقوم بتحديثها في خطة التسويق والاتصالات.
- تراجع إدارة التسويق والاتصالات روزنامة الفعاليات وتُحدّثها على أساس ربع سنوي.

### 5.2.2 قائمة المدعويين

- تُعَدّ إدارة التسويق والاتصالات قائمة المدعويين إلى الفعالية بالاشتراك مع الإدارات المعنية حسب ظروف الفعالية.
- يقترح رؤساء الإدارات قائمة المدعويين بما يتوافق مع الإرشادات التي تحددها إدارة التسويق والاتصالات.
- يراجع رئيس إدارة التسويق والاتصالات قائمة المدعويين ويعتمدها.
- توجه إدارة التسويق والاتصالات الدعوات إلى المدعويين المعتمدين قبل سبعة أيام على الأقل من تاريخ الفعالية بالصيغة المنصوص عليها في دليل هوية العلامة التجارية.
- تُعلن إدارة التسويق والاتصالات عن الفعاليات المُقرر انعقادها على الموقع الإلكتروني لدلالة القابضة.

### 5.2.3 تنفيذ الفعالية

- تُنسّق إدارة التسويق والاتصالات الفعاليات، بالتعاون مع الإدارات المعنية في الشركة.
- تضمن الشركة تغطية جميع الفعاليات بالتصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو.
- تضمن الشركة عدم انتهاك الفعاليات المُنظمة لأية معايير اجتماعية ولوائح تنظيمية.

### 5.2.4 موجز الفعاليات وإعداد التقارير

- تُقَدِّم إدارة التسويق والاتصالات بالتعاون مع الإدارات المعنية تقريراً موجزاً عن كل فعالية عقب انتهائها إلى الرئيس التنفيذي. ويجب أن يتضمن هذا التقرير تفاصيل عن الفعالية والنتائج والدروس المُستفادة وملخص بالنفقات.
- ويُقدِّم تقرير عن النفقات المحتسبة في الميزانية مقابل النفقات الفعلية إلى إدارة الشؤون المالية لمراجعته.
- وبالإضافة إلى ذلك، تُحمّل تفاصيل الفعاليات إلى جانب الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو على الشبكة الداخلية والموقع الإلكتروني، في حال كان ذلك ممكناً.

## 5.3 موقع دلالة القابضة الإلكتروني

يُمثّل موقع الشركة الإلكتروني واحداً من الروابط الأساسية بين الشركة والمجتمع المؤسسي وأصحاب المصلحة. تضمن الشركة توفير المعلومات الملائمة والاحتفاظ بها على موقع الشركة الإلكتروني.

- يجب تنسيق الموقع الإلكتروني على نحو مُنظّم ليسمح لمجموعات أصحاب المصلحة بتصفحه والوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة.

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار	1.0		8 من 20



دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

- ويجب أن يشتمل الموقع الإلكتروني على محتوى ثنائي اللغة - بالإنجليزية والعربية<sup>7</sup>
- يشتمل الموقع الإلكتروني على المعلومات التالية على الأقل (ولا يقتصر عليها):
  - لمحة عامة عن الشركة
  - ملف تعريفى بالإدارة والمجموعة التنظيمية
  - معلومات للمستثمرين - تقارير سنوية والتزامات أخرى متعلقة بالإفصاح<sup>8</sup>
  - دليل حوكمة الشركة وتقرير حوكمة الشركة
  - معلومات مهمة أخرى مثل - المنشورات الصحفية والأخبار المجتمعية وتقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات.
  - الوظائف والمعلومات ذات الصلة
  - المؤشرات الاقتصادية
  - الأسئلة الشائعة
  - معلومات جهة الاتصال
  - قنوات الشكاوى والملاحظات
- إعداد تصميم جديد للموقع الإلكتروني هي مسؤولية إدارة التسويق والاتصالات ويجب أن يعتمده رئيس الإدارة على النحو المطلوب.
- تراجع إدارة التسويق والاتصالات كل الإضافات والتعديلات على محتوى الموقع، ويعتمدها رئيس الإدارة قبل معالجة الطلب أو الاقتراح حسب الأصول.
- لا تُنشر البيانات المالية المُدققة والتقارير المالية الأخرى الخاصة بالشركة على موقعها الإلكتروني إلا بعد الحصول على موافقات كافية من أمانة المجلس.

## 5.4 العلاقات العامة (العلاقات مع الصحافة والإعلام)

### 5.4.1 العلاقات مع الصحافة والإعلام

- يُجرى المتحدث الرسمي المُفوض كل المقابلات الإعلامية والتصريحات والظهور الإذاعي.
- يُسمح بالاستثناءات ولكن يجب أولاً اعتمادها من رئيس إدارة التسويق والاتصالات والذي سيعين بعد ذلك متحدثاً رسمياً بديلاً.
- تُنسّق إدارة التسويق والاتصالات مع وكالات العلاقات العامة ووكالات الإعلانات الخارجية وتساعد في إدارة المبادرات المرتبطة بها.
- تُسجّل كل الطلبات من الإعلام بدقة وتُسلّم فوراً إلى رئيس إدارة التسويق والاتصالات. ويشمل ذلك الطلبات الرسمية لإجراء المقابلات، والاستفسارات من كل وسائل الإعلام - التلفزيون والراديو والبريد الإلكتروني والمجلات ووسائل الإعلام المحلية والوطنية والتجارية ومواقع الانترنت.
- لا يتم إصدار أي تصريحات عامة أو اتفاقات على إجراء مقابلات أو ملاحظات تليفونية إلا بموافقة رئيس إدارة التسويق والاتصالات بما يتوافق مع البند الأول من العلاقات مع الصحافة والإعلام.

### 5.4.2 المنشورات الصحفية

- من المقرر قبل إصدار أي منشورات صحفية الحصول على موافقة رئيس إدارة التسويق والاتصالات ورئيس الإدارة المعنية عليها.
- يسعى رئيس إدارة التسويق والاتصالات للحصول على موافقة الرئيس التنفيذي في الحالات الاستثنائية (مثل الإعلانات الكبرى والمجالات ذات الحساسية)
- فيما يتعلق بنشر البيانات المالية المُدققة الخاصة بدلالة القابضة، يقوم مجلس الأمانة بتسليم البيانات المالية المُدققة المعتمدة من مجلس الإدارة إلى إدارة الاتصالات والتسويق لنشرها.
- تضمن إدارة التسويق والاتصالات، في حالة الاقتضاء، أن النسخ والإصدارات المختلفة من نفس المنشورات الصحفية تُصاغ باللغة العربية وباللغة الإنجليزية.
- توزع إدارة التسويق والاتصالات المعلومات الواردة في المنشور الصحفي على كل أعضاء طاقم العمل المعنيين عبر البريد الإلكتروني قبل تاريخ إصداره بيوم واحد.
- يجب الحصول على موافقة الإدارة القانونية على بنود التعاقد وشروطه التي قد ترد في أي اتصالات خارجية.

<sup>7</sup> الباب الثامن- قواعد التعامل في بورصة قطر، أغسطس 2020

<sup>8</sup> راجع سياسة علاقات المستثمرين

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	التصنيف	الإصدار	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار		1.0	9 من 20

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

- لا يُسمح للموظفين بنشر أي إعلانات أو منشورات عامة على الإنترنت عن المعلومات السرية أو المتعلقة بالملكية ذات الصلة بأي جانب من جوانب من أعمال دلالة القابضة.

#### 5.4.3 التوصل في أوقات الأزمات

- يجب أن يكون المتحدث الرسمي المفوض من مجلس الإدارة هو المتحدث الرسمي الوحيد في فعالية إعلان الأخبار ويجب أن تُبلّغ إدارة التسويق والاتصالات الموظفين المعنيين بكيفية الرد على استفسارات العملاء ومخاوفهم.

#### 5.4.4 المؤتمرات الصحفية

- تُعقد مؤتمرات صحفية للفعاليات المتعلقة بالشركة وأنشطة الرعاية والتبرعات والمسؤولية الاجتماعية المؤسسية والمنتجات والخدمات والنتائج المالية والإعلانات المتنوعة الأخرى على النحو المناسب.
- تتحمل إدارة التسويق والاتصالات مسؤولية التنسيق مع المدعويين ووسائل الإعلام والمساهمين والاتحادات ذات الصلة.
- يراجع رئيس إدارة التسويق والاتصالات مجموعة القنوات الإعلامية وقائمة الحضور ويعتمدها.
- يتواصل المتحدث الرسمي المفوض مع الصحافة.

### 6. التوصل الداخلي

تضمن الشركة احتفاظ وتوزيع فعالين للمعلومات على كافة مستويات الشركة عبر قنوات التوصل الداخلي. تُستخدم الموارد الداخلية بفعالية لتعزيز مشاركة المعرفة عبر الشركة وتعزيز الشفافية.

#### 6.1 الشبكة الداخلية (إنترنت)

- يجب تعزيز الشبكة الداخلية المؤسسية كقناة التوصل والتعاون الأولى بين كافة موظفي دلالة القابضة. تعمل الشبكة الداخلية كواحدة من الأدوات الرئيسية لمشاركة المعلومات.
- يجب أن تُنسّق الشبكة الداخلية على نحو مُنظم (بحسب الإدارة) لتسمح للموظفين من مختلف الإدارات بتصفحها بسهولة الوصول إلى المعلومات المطلوبة.
- يجب نشر كل المعلومات وثيقة الصلة والراهنة المتعلقة بالشركة مثل السياسات والإجراءات والإرشادات والاستثمارات والنماذج والمعايير والتغيرات التنظيمية والوظائف الشاغرة والمقالات عبر الشبكة الداخلية.
- يجب أن يكون تطبيق جميع خدمات الموظفين المستخدمة في الأعمال في وضع يسهل الوصول إليه من الشبكة الداخلية.

#### 6.2 العروض والنشرات الداخلية

##### 6.2.1 المنشورات الداخلية

- يجب إعداد كل منشورات الشركة مثل المسوحات والتقارير والكتيبات الإرشادية وما إلى ذلك وتطويرها من خلال الاستعانة بموارد مهنية داخلية أو وكالات خارجية مع التركيز وخصوصاً على المحتوى والتصميم بما يلائم دليل العلامة التجارية وقيم الشركة.
- تنقسم دورة حياة نشر المعلومات إلى أربعة مراحل:
  - الحصول على المعرفة: تستلم إدارة التسويق والاتصالات معلومات من الجهات المسؤولة عن البيانات ومختلف الإدارات.
  - تقديم المعرفة: تصيغ إدارة التسويق والاتصالات البيانات المُقدّمة وفقاً لدليل هوية العلامة التجارية المُحدّد.
  - تخزين المعرفة: تصنف إدارة التسويق والاتصالات المعلومات إلى فئات وتحفظها على الشبكة الداخلية.
  - نقل المعرفة: تنشر إدارة التسويق والاتصالات البيانات خلال قنوات التوصل المتنوعة المتاحة بناءً على طبيعة المعلومات المُقدّمة والغرض منها.

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار	1.0		10 من 20

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
	السياسة والإجراءات	

## 6.2.2 العروض التقديمية

- تُعدّ العروض التقديمية الداخلية باستخدام نماذج موحّدة مُعدة لهذا الغرض على النحو الذي ينص عليه دليل هوية العلامة التجارية.

## 6.3 البريد الإلكتروني والخطابات والمذكرات والتعاميم

### 6.3.1 البريد الإلكتروني

- توفّر الشركة معرّفات بريد إلكتروني رسمية ومعتمدة لكافة الموظفين.
- تضمن الشركة أن معرّفات البريد الإلكتروني المُعيّنة لا تُستخدم إلا في الأغراض التي تفيد الشركة بشكل مباشر (الاتصالات المتعلقة بالأعمال).
- تنطبق أيضا المتطلبات التنظيمية للاتصالات الكتابية واللفظية على التواصل عبر البريد الإلكتروني.
- يتعيّن على موظفي دلالة القابضة:
  - استخدام نماذج بريد إلكتروني الموحّدة والمُحدّدة في دليل هوية العلامة التجارية
  - ضمان أن جميع رسائل البريد الإلكتروني تشمل عنوان، ومحتوى، وتوقيع بمناصبهم الوظيفية وبيانات التواصل.
  - ضمان أن الرسالة الواردة في البريد واضحة ودقيقة وذات صلة.
  - الرد على جميع رسائل البريد الإلكتروني خلال فترة استجابة مناسبة أو إعادة توجيهها إلى الشخص المناسب مع التأكيد من اضطلاعه بمسؤولية الرسالة.
  - تفعيل حالة البريد الإلكتروني "الرد التلقائي" في حالة الغياب عن المكتب لأكثر من يوم عمل واحد.

### 6.3.2 الخطابات والمذكرات

- تُرسل الخطابات والمذكرات إما عبر البريد الإلكتروني كملحقات أو عن طريق الفاكس.

### 6.3.3 التعاميم

- يجب إعداد التعاميم وإصدارها عن طريق إدارة التسويق والاتصالات وحدها بناءً على طلبات الإدارات المختلفة.
- تُنشر التعاميم على الشبكة الداخلية وإرسال الروابط الصحيحة إلى جميع الموظفين لضمان التوعية.

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	<تاريخ الإصدار>	1.0		11 من 20


دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
	السياسة والإجراءات	

## 7. الإجراءات

### 7.1 وضع استراتيجية الاتصالات المؤسسية ومراجعتها سنويًا

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	تحديد الاحتياجات والأهداف والمخاوف المتعلقة بمختلف فئات أصحاب المصلحة وتحليلهم.	1
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد وثيقة استراتيجية الاتصالات المؤسسية تتناول بالتفصيل استراتيجية الاتصال لكل فئة من أصحاب المصلحة.	2
إدارة التسويق والاتصالات	تقديم وثيقة استراتيجية الاتصالات المؤسسية إلى رئيس إدارة التسويق والاتصالات لمراجعتها واعتمادها.	3
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	مراجعة استراتيجية الاتصالات المؤسسية واعتمادها.	4
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	بمجرد الموافقة على استراتيجية الاتصالات المؤسسية، تُقدم إلى الرئيس التنفيذي لمراجعتها.	5
الرئيس التنفيذي	مراجعة الاستراتيجية مع الأخذ في الاعتبار الاستراتيجية العامة للشركة وأهداف العام.	6
مجلس الإدارة	تقديم استراتيجية الاتصالات المؤسسية إلى مجلس الإدارة لاعتمادها.	7
إدارة التسويق والاتصالات	إجراء مراجعة سنوية لاستراتيجية الاتصالات المؤسسية لضمان موائمتها مع استراتيجية الأعمال المُعتمَدة وأهدافها.	8
إدارة التسويق والاتصالات	تحديث الاستراتيجية بناءً على المراجعة في حالة الاقتضاء.	9
لا ينطبق	اتباع الخطوات من رقم 3 إلى 7 فيما سبق للاعتماد والإقرار.	10

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 12 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	---------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		


## 7.2 التعامل مع المراسلات الواردة من الجهات التنظيمية (باستثناء بورصة قطر)

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
المتحدث الرسمي المُفوض أو مسؤول علاقات المستثمرين	استقبال تعاميم أو معلومات أو استفسارات أو مراسلات أخرى من جهات تنظيمية متنوعة.	1
المتحدث الرسمي المُفوض أو مسؤول علاقات المستثمرين	ختم تاريخ استلام المراسلات وتوقيته أو طباعته على المراسلة الواردة من الجهة التنظيمية.	2
المتحدث الرسمي المُفوض	إعادة توجيه المراسلات الواردة إلى الشخص المفوض بخصوص مسائل الامتثال. (في حالة أن المراسلات استلمها المتحدث الرسمي المُفوض)	3
مسؤول علاقات المستثمرين	إدراج تفاصيل المراسلات الواردة في "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" المحفوظ.	4
مسؤول علاقات المستثمرين	تُشارك المراسلات الواردة مع رؤساء الإدارات المعنية لاتخاذ الإجراءات.	5
الإدارات المعنية	الامتثال للمتطلبات التي تنص عليها الجهة التنظيمية أو تقديم المعلومات المطلوبة للشخص المفوض لمسائل الامتثال ضمن الجدول الزمني المنصوص عليه.	6
مسؤول علاقات المستثمرين	جمع معلومات من كافة الإدارات والرد على الجهة التنظيمية ضمن الإطار الزمني المنصوص عليه أو خلال يومين من تاريخ استلام المراسلة.	7
مسؤول علاقات المستثمرين	تحديث "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" مع تعيين حالة وقف النشاط.	8
مسؤول علاقات المستثمرين	مراجعة "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" على أساس ربع سنوي لضمان الالتزام بـ" الوقت المستغرق" للرد على المراسلات.	9

## 7.3 التواصل مع بورصة قطر

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
الرئيس التنفيذي	تعيين نقطة اتصال (ومناوباً عنه كذلك) يكون مسؤولاً عن المراسلات والتواصل مع بورصة قطر.	1
مكتب الرئيس التنفيذي	إخطار بورصة قطر بشأن تعيين جهة الاتصال (والمناوب).	2
للاستفسارات، والطلبات، والمعلومات الواردة من بورصة قطر		
المتحدث الرسمي المُفوض	استقبال تعاميم أو معلومات أو استفسارات أو مراسلات أخرى من بورصة قطر.	3
المتحدث الرسمي المُفوض	ختم تاريخ استلام المراسلات وتوقيته أو طباعته على المراسلة الواردة من بورصة قطر.	4

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار < تاريخ الإصدار >	الإصدار 1.0	التصنيف	< رقم الوثيقة > 13 من 20
-----------------------------------	------------------------------------	----------------	---------	-----------------------------


دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
المتحدث الرسمي المُفوض	إدراج تفاصيل المراسلات الواردة في "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" المحفوظ.	5
المتحدث الرسمي المُفوض	تُشارك المراسلات الواردة مع رؤساء الإدارات المعنية لاتخاذ الإجراءات.	6
الإدارات المعنية	الامتثال للمتطلبات التي تحددها الجهة التنظيمية أو تقديم المعلومات المطلوبة لجهة الاتصال خلال الجدول الزمني المنصوص عليه.	7
المتحدث الرسمي المُفوض	جمع معلومات من كافة الإدارات والرد على الجهة التنظيمية ضمن الإطار الزمني المنصوص عليه أو خلال يومين من تاريخ استلام المراسلة بناءً على تصنيف الرد الذي يُقدّم للجهة التنظيمية.	8
المتحدث الرسمي المُفوض	تحديث "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" مع تعيين حالة وقف النشاط.	9
<b>لتقديم الإقرارات الضريبية والطلبات لبورصة قطر</b>		
الإدارة المعنية	توفير المعلومات اللازمة والطلبات لتقديمها إلى بورصة قطر.	10
المتحدث الرسمي المُفوض	مراجعة الوثائق والمعلومات الواردة بها وضمان دقتها لتقديمها.	11
المتحدث الرسمي المُفوض	تقديم الوثائق ذات الصلة إلى بورصة قطر في وقتها.	12
المتحدث الرسمي المُفوض	تحديث "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" مع تعيين حالة تقديم الطلبات والمعلومات.	13
مسؤول علاقات المستثمرين	مراجعة "مُتتبع مراسلات الجهات التنظيمية" على أساس ربع سنوي لضمان الالتزام بـ "الوقت المستغرق" للرد على المراسلات.	14

#### 7.4 استراتيجية العلامة التجارية ودليل هوية العلامة التجارية

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	تحديد احتياجات وأهداف وخطط الشركة وتحليلها في ضوء استراتيجية وخطط أعمال الشركة.	1
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد وثيقة استراتيجية إدارة العلامة التجارية ودليلها (بناءً على الاستراتيجية).	2
إدارة التسويق والاتصالات	تقديم وثيقة إدارة استراتيجية العلامة التجارية ودليلها لرئيس إدارة التسويق والاتصالات لاعتمادها.	3
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	مراجعة استراتيجية إدارة العلامة التجارية ودليلها واعتمادها.	4

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار	1.0		14 من 20

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

رئيس إدارة التسويق والاتصالات	بمجرد الموافقة على استراتيجية إدارة العلامة التجارية ودليلها، تُرسل للرئيس التنفيذي لاعتمادها.	5
الرئيس التنفيذي	مراجعة استراتيجية إدارة العلامة التجارية ودليلها مع الأخذ في الاعتبار استراتيجية الشركة العامة وأهداف العام وتقديمها إلى مجلس الإدارة للاعتماد النهائي.	6
مجلس الإدارة	اعتماد استراتيجية إدارة العلامة التجارية ودليلها.	7


## 7.5 التواصل الخارجي: حملات التسويق والإعلانات

راجع دليل التسويق للاطلاع على الإجراءات بالتفصيل.

## 7.6 التواصل الخارجي: الفعاليات

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد روتنامة الفعاليات السنوية بما يتوافق مع خطة التسويق السنوية وإرسالها لاعتمادها.	1
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	مراجعة روتنامة الفعاليات السنوية واعتمادها.	2
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	تقديم الروتنامة لإدارة الشؤون المالية لاعتماد الميزانية.	3
الإدارة المعنية	في حالة طلب فعالية جديدة، يتم الحصول على الموافقة من رئيس الإدارة المعنية وعلى اعتماد الميزانية من إدارة الشؤون المالية.	3
إدارة التسويق والاتصالات	حتى يحين موعد الفعالية، يتم التنسيق مع الإدارات المعنية وإجراء مناقشة التخطيط.	4
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد قائمة المدعوين بالتشاور مع الإدارة المعنية وإرسالها للمراجعة.	5
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	مراجعة قائمة المدعوين الخاصة بالفعالية واعتمادها.	6
إدارة التسويق والاتصالات	إرسال الدعوات لكل المدعوين المحددين والمدعوين من كبار الشخصيات؛ ومتابعة الردود الواردة استجابةً لها.	7
إدارة التسويق والاتصالات	إصدار إعلانات ملائمة عن الفعالية في الجرائد والموقع الإلكتروني والشبكة الداخلية وما إلى ذلك (إن أمكن).	8
إدارة التسويق والاتصالات	تنفيذ الفعالية على النحو المُخطَّط لها بالتعاون مع الإدارة المعنية.	9

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار	1.0		15 من 20

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	تحديث المعلومات والتقارير والصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو الخاصة بالفعاليات على الشبكة الداخلية وموقع الشركة الإلكتروني (إن أمكن).	10
إدارة التسويق والاتصالات	استكمال تفاصيل القيمة الفعلية المدفوعة مقابل الميزانية التقديرية المعتمدة الخاصة بالحدث وتقديمها إلى إدارة الشؤون المالية. في حالة وجود اختلاف في الميزانية، فإنه يجب تفسيره.	11
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد تقرير ملخص بالفعالية وتقديمه إلى الرئيس التنفيذي (يشمل تفاصيل الفعالية ونتائجها والدروس المستفادة وملخص المصروفات)	12

### 7.7 التواصل الخارجي: نشر معلومات على الموقع الإلكتروني


المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
الإدارة المعنية	تقديم معلومات (مُعتمدة من رئيس الإدارة المعنية) لتُنشر على موقع دلالة القابضة الإلكتروني لرئيس الإدارة المعنية أو أمانة المجلس (في حالة التقارير المالية) للاعتماد.	1
أمانة المجلس أو رئيس الإدارة المعنية	مراجعة المواد التي تُنشر على الموقع الإلكتروني واعتمادها.	2
الإدارة المعنية	تقديم المواد المُعتمدة لإدارة التسويق والاتصالات بدلالة القابضة.	3
إدارة التسويق والاتصالات	نشر المواد المُعتمدة على موقع دلالة القابضة الإلكتروني.	4

### 7.8 التواصل الخارجي: تعديل تصميم صفحة الموقع الإلكتروني

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد تصميم مُحدّث لموقع دلالة القابضة الإلكتروني	1
إدارة التسويق والاتصالات	التقديم للمراجعة والاعتماد من رئيس إدارة التسويق والاتصالات.	2
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	مراجعة تصميم الموقع الإلكتروني المُعدّل واعتماده.	3
إدارة التسويق والاتصالات	تعديل الموقع الإلكتروني بالتعاون مع إدارة تقنية المعلومات ومُقدّم الخدمات الخارجي (مطوّر المواقع الإلكترونية).	4

اسم الوثيقة	تاريخ الإصدار	الإصدار	التصنيف	رقم الوثيقة
الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار	1.0		16 من 20



دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

### 7.9 التواصل الخارجي: المنشورات الصحفية

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات والإدارة المعنية	إعداد مواد للمنشورات الصحفية.	1
إدارة التسويق والاتصالات	تقديم مواد المنشورات الصحفية لفريق إدارة الشؤون القانونية للفرز والتدقيق (حيثما أمكن) ورئيس التسويق والاتصالات للمراجعة والاعتماد. (في حالة بيانات الشركة المالية المُدقّقة، تُرسل البيانات المالية المُدقّقة المُعتمدة من المجلس لإدارة التسويق لتنشرها أمانة المجلس)	2
رئيس إدارة التسويق والاتصالات والرئيس التنفيذي	مراجعة مواد المنشورات الصحفية واعتمادها.	3
إدارة التسويق والاتصالات	إرسال المواد للصحافة لنشرها.	4
إدارة التسويق والاتصالات	توزيع المعلومات الواردة في المنشورات الصحفية على كل أعضاء طاقم العمل المعنيين عبر البريد الإلكتروني قبل تاريخ النشر الصحفي بيوم واحد.	6
إدارة التسويق والاتصالات	التنسيق مع إدارة الشؤون المالية بشأن مدفوعات النشر الصحفي.	5

### 7.10 التواصل الخارجي: المؤتمر الصحفي

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	استلام طلب عقد مؤتمر صحفي من الإدارة المعنية.	1
إدارة التسويق والاتصالات	إعداد قائمة بالقنوات الإعلامية وقائمة بالحضور وإرسالها لاعتمادها من رئيس إدارة التسويق والاتصالات.	2
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	مراجعة قائمة القنوات الإعلامية وقائمة الحضور واعتمادها.	3
إدارة التسويق والاتصالات	اتخاذ الترتيبات لعقد المؤتمر الصحفي.	4
رئيس إدارة التسويق والاتصالات	تعيين متحدث رسمي بديل في حالة عدم إتاحة الرئيس التنفيذي أو أمانة المجلس.	5
أمانة المجلس (المتحدث الرسمي) أو الرئيس التنفيذي	عقد المؤتمرات الصحفية.	6

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 17 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	---------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
السياسة والإجراءات		

### 7.11 التواصل الخارجي: أثناء الأزمات

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
رئيس الإدارة المعنية	يجب إبلاغ إدارة التسويق والاتصالات على الفور في أثناء أي أزمة فعلية أو أزمة محتملة أو احتمالية الدعاية السلبية.	1
إدارة التسويق والاتصالات	اتخاذ الترتيبات لعمل بيان صحفي أو عقد مؤتمر صحفي.	2
إدارة التسويق والاتصالات	إصدار بيان صحفي أو عقد مؤتمر صحفي وفقاً للإجراءات الواردة في القسم 7-9 والقسم 7-10 أعلاه.	3

### 7.12 التواصل الخارجي: المقابلات والظهور الإعلامي

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
إدارة التسويق والاتصالات	استلام دعوات المقابلات والظهور الإعلامي من وسائل الإعلام.	1
إدارة التسويق والاتصالات	تسجيل كل دعوات وسائل الإعلام وتقديمها فوراً إلى رئيس إدارة التسويق والاتصالات لاعتمادها.	2
إدارة التسويق والاتصالات	الحصول على موافقة رئيس إدارة التسويق والاتصالات للمُضيّ قدماً في إجراءات الدعوة.	3
إدارة التسويق والاتصالات	التنسيق مع أمانة المجلس والرئيس التنفيذي للحصول على جداولهم الزمنية.	4
إدارة التسويق والاتصالات	التواصل بشأن نفس الأمر مع المؤسسة الإعلامية والمساعدة في التحضير للمقابلة أو الظهور الإعلامي.	5
أمانة المجلس والرئيس التنفيذي	الظهور في المقابلة الشخصية أو الحدث الإعلامي.	6

### 7.13 التواصل الداخلي: التقديم والنشر الداخلي

المسؤولية	الإجراءات العامة	الرقم
الإدارة المعنية	مشاركة المعلومات المتعلقة بالمسوحات المُجرأة والتقارير والكتيبات الإرشادية وما إلى ذلك.	1
إدارة التسويق والاتصالات	ضمان أن المحتوى المُستلم للنشر الداخلي يتوافق مع دليل هوية العلامة التجارية (النماذج الموحدة)	2
إدارة التسويق والاتصالات	الحصول على موافقة رئيس الإدارة لنشر المعلومات.	3
إدارة التسويق والاتصالات	نشر المحتوى على الشبكة الداخلية.	4

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 18 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	---------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
	السياسة والإجراءات	

## 8. الاختصارات والتعريفات

### 8.1. التعريفات والمصطلحات الرئيسية والاختصارات


### 8.2. سجل المراجعات

المراجعة			
المسمى الوظيفي	الاسم	التاريخ	الإصدار

### 8.3. سجل الاعتمادات

الاعتماد			
المسمى الوظيفي	الاسم	التاريخ	الإصدار

### 8.4. سجل المراجعات

وصف المراجعة	التاريخ	الاسم	الإصدار

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 19 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	---------------------------

دلالة القابضة		 دلالة القابضة DLALA HOLDING
السياسات والمعايير والإرشادات والإجراءات		
	السياسة والإجراءات	

## 9. المراجع

### 9.1 الإجراءات والإرشادات والمعايير ذات الصلة

النوع	رقم الوثيقة	2 الوصف	الرابط الساخن
المعيار		نظام حوكمة هيئة قطر للأسواق المالية للشركات والكيانات القانونية المدرجة في السوق الرئيسية.	
المعيار		قانون رقم 11 لسنة 2015، بإصدار قانون الشركات التجارية	
المعيار		قواعد التعامل في بورصة قطر، أغسطس 2020	
الإجراء		سياسة علاقات المستثمرين	

اسم الوثيقة الاتصالات المؤسسية	تاريخ الإصدار <تاريخ الإصدار>	الإصدار 1.0	التصنيف	<رقم الوثيقة> 20 من 20
-----------------------------------	----------------------------------	----------------	---------	---------------------------