



<p><b>Online Food Delivery Platform Guidelines in the Emirate of Dubai– Sector Q&amp;A</b></p>	<p><b>الضوابط الإرشادية للمنصات الإلكترونية لتوصيل الطعام في إمارة دبي – الأسئلة الشائعة</b></p>
<p><b>A. Purpose, Scope, and Applicability</b></p>	<p><b>الغرض ونطاق التطبيق والتشريعات السارية</b></p>
<p><b>Q1: What are these Guidelines, and what is their objective?</b></p> <p><b>A:</b> These Online Food Delivery Platform Guidelines are issued by the Dubai Corporation for Consumer Protection and Fair Trade (DCCPFT) under Dubai Law No. (5) of 2023. Their objective is to promote fair trade practices, improve transparency between platforms, restaurants, delivery workers, and consumers, and support a balanced, competitive digital food delivery marketplace in Dubai.</p>	<p><b>س 1: ما هذه الضوابط الإرشادية وما الغرض منها؟</b></p> <p><b>ج:</b> أصدرت مؤسسة دبي لحماية المستهلك والتجارة العادلة هذه الإرشادات الخاصة بمنصات توصيل الطعام الإلكترونية، وذلك وفقاً لصلاحياتها بموجب القانون رقم (5) لسنة 2023، الذي أنشئت بموجبه المؤسسة. تهدف هذه الإرشادات إلى تشجيع المنشآت على تطبيق ممارسات التجارة العادلة، وتعزيز الشفافية بين منصات توصيل الطعام الإلكترونية، والمطاعم، وعمال التوصيل، والمستهلكين، إلى جانب ترسيخ بيئة داعمة تضمن سوقاً رقمية متوازنة في إمارة دبي.</p>
<p><b>Q2: Which laws are these Guidelines connected to?</b></p> <p><b>A:</b> The Guidelines complement existing UAE legislation, including the Federal Competition Law (Federal Decree-Law No. 36 of 2023), the Consumer Protection Law (Federal Decree-Law No. 15 of 2020), and the Personal Data Protection Law (Federal Decree-Law No. 45 of 2021), among other applicable federal and local laws.</p>	<p><b>س 2: ما هي القوانين التنظيمية التي تستند إليها هذه الضوابط الإرشادية؟</b></p> <p><b>ج:</b> تُعتبر هذه الضوابط الإرشادية مُكملة للتشريعات السارية حالياً في دولة الإمارات العربية المتحدة، بما في ذلك قانون المنافسة الاتحادي (المرسوم بقانون الاتحادي رقم 36 لسنة 2023)، وقانون حماية المستهلك (المرسوم بقانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020)، وقانون حماية البيانات الشخصية (المرسوم بقانون الاتحادي رقم 45 لسنة 2021)، فضلاً عن القوانين الاتحادية والمحلية الأخرى المعمول بها.</p>
<p><b>Q3: Which businesses do these Guidelines apply to?</b></p> <p><b>A:</b> They apply to all online food delivery platforms operating in Dubai, along with the food establishments and other business users (such as third-party logistics providers) that engage with them.</p>	<p><b>س 3: ما هي المنشآت التي تنطبق عليها هذه الضوابط الإرشادية؟</b></p> <p><b>ج:</b> تنطبق هذه الضوابط الإرشادية على جميع المنصات الإلكترونية لتوصيل الطعام العاملة في إمارة دبي، فضلاً عن المنشآت الغذائية والمستخدمين التجاريين الآخرين (مثل مزودي الخدمات اللوجستية الخارجية) الذين يتعاملون معهم.</p>
<p><b>Q4: Are there any businesses exempt from these Guidelines?</b></p> <p><b>A:</b> Yes. Food establishments that operate completely outside the online food delivery platform ecosystem — meaning they are not listed on and have no involvement with any platform — are exempt.</p>	<p><b>س 4: هل يوجد منشآت مُعفاة من تطبيق هذه الضوابط الإرشادية؟</b></p> <p><b>ج:</b> نعم. المنشآت الغذائية التي تعمل بشكل كامل خارج منظومة المنصات الإلكترونية لتوصيل الطعام، ويُعزى إعفاؤها لكونها منشآت غير مدرجة في أي منصة إلكترونية ولا يربطها أي علاقة تعاون أو شراكة مع أي منصة إلكترونية.</p>



<p><b>Q5: Do these Guidelines apply to phone orders?</b></p> <p><b>A:</b> Yes, if the phone number is listed or facilitated by a platform and a fee is charged in connection with the order, delivery, or pickup.</p>	<p><b>س5:</b> هل تنطبق هذه الضوابط الإرشادية على الطلبات عن طريق الهاتف؟</p> <p><b>ج:</b> نعم، ما أن يقوم المستهلك بتسجيل رقم الهاتف في المنصة الإلكترونية أو معالجة هذا الرقم عبر عمليات المنصة وسداد رسوم التسجيل والإدراج في المنصة، بحيث يرتبط الرقم بعمليات الطلب أو التسليم أو الاستلام.</p>
<p><b>B. Transparency in Terms, Fees and Platform Practices</b></p> <p><b>Terms and Contracts</b></p>	<p><b>ب. الامتثال لمعايير الشفافية إزاء تطبيق الشروط والرسوم وممارسات المنصة الإلكترونية</b></p> <p><b>الشروط والأحكام والعقود</b></p>
<p><b>Q1: What's the difference between "Terms" and "Contracts" here?</b></p> <p><b>A:</b> "Terms" are the general conditions that apply to all business users on a platform. "Contracts" are individual agreements with a specific food establishment. Even if no contract exists, the disclosure requirements in Section 2.2 must still appear in the <b>Terms</b>.</p>	<p><b>س 1:</b> ما الفرق بين مصطلحي "الشروط والأحكام" و "العقود" في هذه الوثيقة؟</p> <p><b>ج:</b> "الشروط والأحكام" يشير هذا المصطلح إلى الشروط والأحكام العامة التي تنطبق على جميع المستخدمين التجاريين على المنصة، بينما يشير مصطلح "العقود" إلى الاتفاقيات المستقلة التي تعقدتها المنصة مع منشأة غذائية محددة. وفي حال عدم وجود عقد مبرم بين الطرفين، تلتزم المنصة بإدراج متطلبات الإفصاح المنصوص في القسم 2.2 من الضوابط الإرشادية في قسم الشروط والأحكام في المنصة.</p>
<p><b>Q2: How much notice must a platform provide before changing its terms?</b></p> <p><b>A:</b> At least 30 days' written notice, except in urgent legal or exceptional cases.</p>	<p><b>س 2:</b> ما المدة المقررة لفترة الإشعار الذي يجب على المنصة تقديمه للمعنيين قبل تغيير شروطها؟</p> <p><b>ج:</b> تبلغ مدة الإشعار الخطي 30 يوماً على الأقل، فيما عدا الحالات القانونية أو الاستثنائية العاجلة.</p>
<p><b>Q3: Can a contract be ended if a platform introduces new terms, and the new terms are not accepted?</b></p> <p><b>A:</b> Yes. Business users must have a clear right to terminate if they do not agree with revised terms.</p>	<p><b>س 3:</b> هل يمكن إنهاء العقد إذا قدمت المنصة شروطاً جديدة ولم يتم قبول الشروط الجديدة؟</p> <p><b>ج:</b> نعم. يمتلك المستخدمون التجاريون حق واضح وصريح لإنهاء العقد إذا لم يوافقوا على الشروط المعدلة .</p>
<p><b>Q4: How much notice must the platform give before ending a contract?</b></p>	<p><b>س4:</b> ما مدة فترة الإشعار التي ينبغي على المنصة تقديمها لإنهاء العقد؟</p>



<p><b>A:</b> At least 30 days' written notice, with the reasons for termination clearly stated.</p>	<p>ج: تبلغ مدة الإشعار الخطي 30 يوماً على الأقل، مع ذكر أسباب الإنهاء بوضوح.</p>
<p><b>Key Contractual Disclosures</b></p>	<p><b>الإفصاحات التعاقدية الرئيسية</b></p>
<p><b>Q1: What information must my contract with the platform include?</b></p> <p><b>A:</b> It must cover:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Termination rights.</li> <li>The effect of the contract on ownership/control of brand, content, and intellectual property.</li> <li>A monthly report on sales channels or partners used by the platform.</li> <li>Access to customer data after contract expiry.</li> <li>Factors determining listing rankings and the weight of each.</li> <li>Any preferential treatment given to the platform's own services or affiliates.</li> </ul>	<p><b>س 1: ما المعلومات التي ينبغي أن يتضمنها العقد مع المنصة؟</b></p> <p>ج: ينبغي أن يشمل العقد ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>حقوق الإنهاء.</li> <li>تأثير العقد على ملكية أو إدارة العلامة التجارية والمحتوى والملكية الفكرية.</li> <li>تقرير شهري عن قنوات المبيعات أو الشركاء الذين تستخدمهم المنصة.</li> <li>الوصول إلى بيانات المتعاملين بعد انتهاء العقد.</li> <li>العوامل التي تحدد تصنيف المنشآت المدرجة في القائمة وقيمة كل منها.</li> <li>أي معاملة تفضيلية تُمنح لخدمات المنصة أو الشركات التابعة لها.</li> </ul>
<p><b>Order Cancellation and Liability</b></p>	<p><b>إلغاء الطلبات والمسؤوليات المترتبة</b></p>
<p><b>Q1: Who bears the cost if a customer cancels an order?</b></p> <p><b>A:</b> This depends on the platform's published cancellation policy. The policy must be clearly disclosed to both customers and food establishments, and should specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>When a customer can cancel without charge (e.g., within a set time after placing the order, or before food preparation begins).</li> <li>When cancellation charges apply (e.g., after preparation starts, or when delivery is already in progress).</li> <li>Who bears the cost of such cancellations, based on the stage of the order and the terms agreed.</li> </ul>	<p><b>س 1: من يتحمل التكلفة إذا قام المتعامل بإلغاء الطلب؟</b></p> <p>ج: يعتمد ذلك على سياسة الإلغاء المنشورة على المنصة. كما يجب الإفصاح عن هذه السياسة بشكل واضح لجميع المتعاملين والمنشآت الغذائية، والتي ينبغي أن تحدد:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>متى يمكن للمتعامل إلغاء الطلبية دون تحمل أي رسوم في المقابل (على سبيل المثال، تحديد فترة زمنية معينة بعد تقديم الطلب، أو قبل البدء في إعداد الطعام).</li> <li>متى يمكن تطبيق رسوم على إلغاء الطلبية (على سبيل المثال، بعد بدء التحضير، أو عندما يكون التسليم قيد الإجراء بالفعل).</li> <li>الطرف الذي سوف يتحمل تكلفة هذه الإلغاءات، بناءً على مرحلة الطلبية والشروط المتفق عليها.</li> </ul>
<p><b>Q2: Who is responsible if the platform or system fails?</b></p>	<p><b>س 2: من المسؤول في حالة تعرض المنصة أو النظام للأعطال؟</b></p>



A: The platform covers the cost.	ج: تتحمل المنصة التكلفة.
<b>Q3: What if delivery is delayed?</b> A: Customers should not bear the cost. Restaurants are responsible only if they manage delivery themselves or if the delay is clearly attributable to them (e.g., late preparation).	<b>س3: ماذا لو تأخر تسليم الطلبات؟</b> ج: لا ينبغي للمتعاملين أن يتحملوا تكلفة تأخير تسليم الطلبات. كما لا ينبغي أن تتحمل المطاعم المسؤولية إلا إذا كانت تدير عملية التسليم بنفسها أو إذا كان التأخير يُعزى إليها بشكل واضح (على سبيل المثال، التأخر في الإعداد).
<b>Q4: Who is liable for food damaged during delivery?</b> A: If delivery is managed by the platform (including through third-party logistics providers), the restaurant is not liable.	<b>س4: من يتحمل مسؤولية تعرض الأغذية للتلف أثناء التسليم؟</b> ج: إذا تولت المنصة إدارة عملية التسليم (بما في ذلك مزودي الخدمات اللوجستية الخارجية)، فلا يتحمل المطعم المسؤولية.
<b>Q5: Who bears the cost of incorrect orders or packaging errors?</b> A: The food establishment is responsible if the fault lies with them.	<b>س5: من يتحمل تكلفة الطلبات غير الصحيحة أو أخطاء التعبئة والتغليف؟</b> ج: المؤسسة الغذائية هي المسؤولة إذا كان الخطأ يقع عليها.
<b>Q6: How should reimbursements be handled?</b> A: They must be mutually agreed and documented in writing.	<b>س6: كيف ينبغي التعامل مع المبالغ المستردة؟</b> ج: ينبغي الاتفاق على طريقة التعامل مع المبالغ المستردة تبادلياً وتوثيق بنود الاتفاق خطياً.
<b>Fees and Commission Transparency</b>	<b>شفافية الرسوم والعمولات عند التعاقد مع المنشآت المسجلة في المنصة</b>
<b>Q1: What commission details must platforms disclose?</b> A: Platforms must disclose: <ul style="list-style-type: none"><li>• General and specific commission rate structures.</li><li>• The methodology for commission calculation.</li><li>• Marketing and promotional fee structures.</li><li>• Any technology or service charges, including delivery-related fees and how they are split.</li></ul>	<b>س1: ما هي تفاصيل العمولات التي تتقاضاها المنصات الإلكترونية وينبغي الكشف عنها؟</b> ج: ينبغي أن تفصح المنصات عن: <ul style="list-style-type: none"><li>• هياكل معدلات العمولة العامة والخاصة.</li><li>• طريقة حساب العمولة.</li><li>• هياكل رسوم التسويق والحملات الترويجية.</li><li>• أي رسوم خدمات تقنية أو رسوم خدمة، بما في ذلك الرسوم المتعلقة بتسليم الطلبات وتفاصيل تقسيم هذه الرسوم.</li></ul>



<p><b>Q2: How must commissions be calculated?</b></p> <p>A: Commissions must be calculated on the net order value, excluding:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discounts applied to the order.</li> <li>• Non-commissionable charges (such as payment processing fees, subscription fees), and</li> <li>• Value Added Taxes (VAT) or other statutory fees that are payable to government authorities and therefore not retained by the food establishment.</li> </ul>	<p><b>س2: كيف ينبغي حساب العمولات؟</b></p> <p>ج: يجب احتساب العمولات على أساس صافي قيمة الطلب، باستثناء:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• تطبيق خصومات على الطلبية.</li> <li>• رسوم لا تندرج ضمن هيكل العمولات (مثل رسوم معالجة الدفع ورسوم الاشتراك)، و</li> <li>• ضرائب القيمة المضافة أو الرسوم القانونية الأخرى المستحقة للجهات الحكومية وبالتالي لا تحتفظ بها المنشأة الغذائية.</li> </ul>
<p><b>Q3. What financial statements must the platform provide?</b></p> <p>A: Monthly itemised statements showing sales revenue, commission deducted, additional fees, final payouts, and pending adjustments.</p>	<p><b>س3: ما هي تقارير البيانات المالية التي ينبغي أن توفرها المنصة؟</b></p> <p>ج: تلتزم المنصة بتوفير تقارير بيانات شهرية مفصلة توضح إيرادات المبيعات، والعمولات المخصومة، والرسوم الإضافية، والمدفوعات النهائية، والتعديلات العالقة.</p>
<p><b>Q4. Can platforms impose mandatory marketing fees?</b></p> <p>A: No. Marketing fees must be optional and agreed in advance.</p>	<p><b>س4: هل يمكن للمنصات فرض رسوم تسويقية إلزامية؟</b></p> <p>ج: لا يجوز. ينبغي أن تكون رسوم التسويق اختيارية ويتم الاتفاق عليها مسبقاً.</p>
<p><b>Consumer-Facing Transparency</b></p>	<p><b>الامتثال بمتطلبات الشفافية والإفصاح عن المعلومات المقدمة للمستهلكين</b></p>
<p><b>Q1: What must customers see before paying?</b></p> <p>A: An itemised breakdown of food cost, delivery fee, service fees, and taxes.</p>	<p><b>س1: ما الذي ينبغي أن يطلع عليه المتعاملون قبل الدفع؟</b></p> <p>ج: ينبغي أن يظهر أمام المتعاملين بيان تفصيلي لتكلفة الطعام ورسوم التوصيل ورسوم الخدمة والضرائب.</p>
<p><b>Q2: Can platforms add hidden charges after checkout?</b></p> <p>A: No. All charges must be disclosed upfront at checkout.</p>	<p><b>س2: هل يمكن للمنصة إضافة رسوم مخفية بعد تسجيل الخروج من قبل المتعامل؟</b></p> <p>ج: لا. ينبغي أن تفصح المنصة عن جميع الرسوم مقدماً قبل تسجيل الخروج من قبل المتعامل.</p>
<p><b>Q3: Who receives gratuities (tips)?</b></p> <p>A: Delivery personnel must receive 100% of gratuities paid by customers.</p>	<p><b>س3: من يحصل على الإكراميات (البقشيش)؟</b></p> <p>ج: ينبغي أن يحصل موظفو التوصيل على 100% من الإكراميات التي يدفعها المتعاملين.</p>
<p><b>Anti-Competitive &amp; Restrictive Practices</b></p>	<p><b>الممارسات الضارة بالمنافسة والاتفاقات المقيدة</b></p>



<p><b>Q1: Can a platform penalise food establishments for being on multiple platforms?</b> A: No. Penalties, restrictions, or disadvantages for multi-homing are prohibited.</p>	<p><b>س1: هل يمكن لمنصة معاقبة المنشآت الغذائية لوجودها على منصات متعددة؟</b> ج: لا. يُحظر فرض عقوبات أو قيود أو ممارسات سلبية على التسجيل في منصات متعددة.</p>
<p><b>Q2: Can better rates be offered in exchange for exclusivity?</b> A: Yes, but only if exclusivity is voluntary, fairly compensated (e.g., reduced commissions, guaranteed orders), and not anti-competitive.</p>	<p><b>س2: هل يمكن تقديم أسعار تفضيلية مقابل الحصرية؟</b> ج: نعم، ولكن فقط إذا كان التسجيل للحصول على المزايا الحصرية طواعياً، وبأسعار تراعي معايير العدالة (على سبيل المثال، مزايا الحصول على العمولات المخفضة، والطلبات المضمونة)، ودون مخالفة لحرية المنافسة.</p>
<p><b>Q3: What is a "Cooling-Off Period"?</b> A: When a food establishment keeps the same commission rate for a transitional period while being free to join other platforms.</p>	<p><b>س3: ما هي "فترة مراجعة الالتزامات"؟</b> ج: تشير إلى احتفاظ المنشأة بنفس سعر العمولة طوال فترة انتقالية مع تمتع الطرف الثاني بحرية الانضمام إلى منصات أخرى.</p>
<p><b>Q4: Who can trigger the Cooling-Off Period?</b> A. The food establishment.</p>	<p><b>س4: من الذي يبدأ بطلب تطبيق فترة مراجعة الالتزامات؟</b> أ. المنشأة الغذائية.</p>
<p><b>Q5: When can the Cooling-Off Period be triggered?</b> A: The Cooling-Off Period can be triggered once an exclusive or limited listing arrangement has reached a total duration of 12 months or more. If the agreement has been renewed or extended through back-to-back terms, all consecutive terms under substantially the same arrangement are added together when determining the 12-month threshold.</p>	<p><b>س5: متى يمكن تفعيل تطبيق فترة مراجعة الالتزامات؟</b> ج: يمكن تفعيل فترة مراجعة الالتزامات بمجرد تطبيق إجراء التسجيل للحصول على مزايا الإدراج في القائمة الحصرية أو المحدودة طوال فترة تمتد إلى 12 شهراً أو أكثر إجمالاً. وفي حال طلب المستفيد تجديد الاتفاقية أو تمديدتها في ظل الشروط التي سبق الاتفاق عليها، يتم تطبيق جميع الشروط السابقة بموجب نفس المزايا الأساسية عند تحديد فترة الـ 12 شهراً تبعاً لذلك.</p>
<p><b>Q6: Are there any considerations for platforms during the Cooling-Off Period?</b> A. Yes. The Cooling-Off Period is designed to give restaurants a smoother transition when leaving an exclusivity arrangement. During this time, platforms are expected to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Maintain the same commission rate that was in place under the exclusivity or limited listing arrangement;</li> </ul>	<p><b>س6: هل هناك اعتبارات ينبغي تطبيقها خلال فترة مراجعة الالتزامات؟</b> ج. نعم. صُممت فترة مراجعة الالتزامات بهدف منح المطاعم فترة للانتقال السلس عند طلبهم إنهاء الاستفادة من المزايا الحصرية. خلال هذه الفترة، من المتوقع أن تقوم المنصات بما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تطبيق نفس أسعار العمولة التي كان معمولاً بها أثناء فترة الاستفادة من المزايا الحصرية أو الإدراج في قوائم المزايا المتفردة؛</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continue standard customer-facing features (like discounts and loyalty schemes), so long as these do not create new or extra costs for the platform;</li> <li>• Allow the food establishments to list and work with other platforms without penalty;</li> <li>• Not be expected to provide any extra or special services (such as one-off marketing campaigns) beyond what was already included.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• استمرار الاستفادة من الميزات القياسية المقدمة للمتعاملين (مثل الخصومات وبرامج الولاء)، طالما أنها لا تضيف تكاليف جديدة أو تضع رسوم على كاهل المنصة؛</li> <li>• السماح للمنشآت الغذائية بالتسجيل في منصات أخرى والاتفاق معها دون تعريضها لأي عقوبة؛</li> <li>• لا يُتوقع أن تقدم المنصة أي خدمات إضافية أو خاصة (مثل الحملات التسويقية لمرة واحدة) والذي يخرج عن نطاق المتفق عليه وتضمينه في اتفاق الاستفادة بالمزايا الحصرية.</li> </ul>
<p><b>Q7: What happens after the Cooling-Off Period ends?</b></p> <p><b>A.</b> The food establishment can choose whether to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• End the contract with the platform,</li> <li>• Stay on the same exclusivity or limited listing terms, or</li> <li>• Move to the platform's standard non-exclusive terms.</li> </ul>	<p><b>س7: ما الخطوات اللازم اتباعها بعد انتهاء فترة مراجعة الالتزامات؟</b></p> <p>ج. يمكن للمنشأة الغذائية اختيار أي من الخطوات التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• إنهاء العقد مع المنصة،</li> <li>• الاستمرار بنفس الشروط المؤهلة للمزايا الحصرية أو شروط الإدراج في القائمة المتفردة، أو</li> <li>• الانتقال إلى الاتفاق بالشروط القياسية للمنصة التي لا تفضي للاستفادة بالمزايا الحصرية.</li> </ul>
<p><b>Predatory Pricing</b></p>	<p><b>التسعير الجائر</b></p>
<p><b>Q1: What is predatory pricing?</b></p> <p><b>A:</b> Selling below cost with the aim or likely effect of driving out competitors, blocking new entrants, or forcing competitors to follow unsustainable prices. This is not allowed unless the business can show it had legitimate reasons, such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Launch promotions or introductory offers for new products,</li> <li>• Seasonal discounts or limited-time campaigns,</li> <li>• Clearing perishable or outdated stock,</li> <li>• Meeting a competitor's price to stay competitive,</li> <li>• Genuine cost savings that allow lower pricing.</li> </ul> <p>Examples of predatory behaviour include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustained below-cost pricing by a business holding Dominant Position to weaken or eliminate smaller competitors;</li> </ul>	<p><b>س1: ما هو التسعير الجائر؟</b></p> <p><b>ج:</b> يتمثل البيع الجائر في تحديد أو الحفاظ على أسعار البيع عند مستوى أقل من التكلفة، بغية تحقيق أهداف أو تأثيرات تفضي إلى استبعاد أو إعاقة دخول المنافسين الجدد أو إجبارهم على الخضوع لسياسة أسعار غير مستدامة. لا يُسمح بمثل هذه الممارسات ما لم تتمكن المنشأة من إثبات أن لديها أسباباً مشروعة تبرر هذه المنهجية، مثل:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• إطلاق العروض الترويجية أو العروض التمهيدية للمنتجات الجديدة،</li> <li>• خصومات موسمية أو حملات محدودة الوقت،</li> <li>• تصفية المخزون القابل للتلف أو القديم،</li> <li>• مواجهة أسعار المنافسين لاستمرار القدرة على المنافسة،</li> <li>• تحقيق وفورات فعلية في التكاليف بما يبرر تخفيض السعر.</li> </ul> <p>تشمل أمثلة السلوك المفترس ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• التسعير بأقل من التكلفة بصورة مستدامة من قبل منشأة تتمتع بمركز مهيمن لإضعاف المنافسين الصغار أو القضاء عليهم؛</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offering significant discounts or incentives that are conditional on exclusivity, limiting a food establishment's ability to work with other platforms;</li> <li>• Running broad campaigns where menu items are offered at steep discounts across many restaurants or categories, without legitimate justifications (for example, a seasonal promotion may be a legitimate justification, but using such discounts repeatedly to lock in customers and exclude competitors would not);</li> <li>• Providing large, platform-funded incentives (such as vouchers, free delivery, or steep percentage discounts) on a sustained basis without legitimate justifications (e.g., a limited seasonal promotion)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تقديم خصومات أو حوافز كبيرة مشروطة بالحصريّة، مما يحد من قدرة منشأة الأغذية على العمل مع منصات أخرى؛</li> <li>• إطلاق حملات تسويقية واسعة النطاق حيث يتم تقديم بنود القائمة بخصومات كبيرة عبر العديد من المطاعم أو الفئات، دون مبررات مشروعة (على سبيل المثال، قد يكون تنظيم العرض الترويجي الموسمي مبرراً مشروعاً، ولكن استخدام مثل هذه الخصومات بشكل متكرر لجذب المتعاملين واستبعاد المنافسين لن يكون مبرراً)؛</li> <li>• تقديم حوافز كبيرة ممولة من المنصة (مثل القسائم أو التوصيل المجاني أو الخصومات بنسب مرتفعة) بصورة مستديمة دون مبررات مشروعة (على سبيل المثال، عرض ترويجي موسمي محدود المدة).</li> </ul>
<p><b>Q2: Can promotional discounts qualify as predatory pricing?</b> A: No, provided they are justified (e.g., seasonal sales, introductory offers, clearing perishable stock, or cost efficiencies).</p>	<p><b>س2: هل يمكن اعتبار الخصومات الترويجية بمثابة تسعير جائر؟</b> ج: لا، بشرط أن تكون مبررة (على سبيل المثال، المبيعات الموسمية، أو العروض التمهيدية، أو تصفية المخزون القابل للتلف، أو كفاءة التكلفة التشغيلية).</p>
<p><b>Customer Data Rights and Protection</b></p>	<p><b>حقوق خصوصية بيانات المتعاملين وحمايتها</b></p>
<p><b>Q1: Can platforms or business users use customer's personal data for marketing?</b> A: Only with the customer's explicit, freely given, and informed opt-in consent. Consent must be documented, specific, and revocable at any time.</p>	<p><b>س1: هل يمكن للمنصات أو المستخدمين التجاريين استخدام البيانات الشخصية للمتعاملين لأغراض التسويق؟</b> ج: يجوز ذلك فقط شريطة الحصول على موافقة المتعامل الصريحة والمقدمة بحرية والمستنيرة. كما ينبغي أن تكون الموافقة موثقة ومحددة وقابلة للإلغاء في أي وقت.</p>
<p><b>Q2: What disclosures must platforms make about customer data?</b> A: A clear privacy policy must be published, stating:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• What categories of personal data are collected.</li> <li>• Why the data is collected and how it is used.</li> <li>• Whether and with whom the data is shared.</li> <li>• Customer rights to access, correct, delete, port, or object to processing.</li> </ul>	<p><b>س2: ما هي الإفصاحات التي يجب على المنصات تقديمها بشأن بيانات المتعاملين؟</b> ج: يجب أن تحرص المنصة على نشر سياسة خصوصية واضحة تنص على:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• فئات البيانات الشخصية للمتعاملين التي تم جمعها؛</li> <li>• الأغراض التي يتم من أجلها جمع هذه البيانات الشخصية للمتعاملين واستخدامها؛</li> <li>• ما إذا كانت تلك البيانات الشخصية للمتعاملين تتم مشاركتها ومع أي جهة؛</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ضمان حقوق المتعامل فيما يتعلق ببياناته الشخصية، بما في ذلك حقه في الاطلاع عليها وتصحيحها وحذفها ونقلها لأي جهة أخرى وعدم الموافقة عليها.</li> </ul>
<p><b>Q3: Can customers opt out of marketing communications?</b> A: Yes. Customers must be able to easily opt out of marketing messages and object to non-essential use of their data.</p>	<p><b>س3: هل يمكن للمعاملين إلغاء الاشتراك في الاتصالات التسويقية؟</b> ج: نعم. يجب أن يكون المتعاملين قادرين على إلغاء الاشتراك بسهولة في الرسائل التسويقية والاعتراض على الاستخدام غير الضروري لبياناتهم.</p>
<p><b>Q4: Can customer personal data be sold or transferred?</b> A: No, unless the customer has given explicit and informed consent. Selling or monetising personal data without consent is prohibited.</p>	<p><b>س4: هل يمكن بيع البيانات الشخصية للمعاملين أو نقلها؟</b> ج: لا، إلا إذا أعطى المتعامل موافقة صريحة ومستنيرة. كما يُحظر بيع البيانات الشخصية أو تحقيق الدخل منها دون موافقة.</p>
<p><b>Q5: What accountability measures are required?</b> A: Platforms must keep records of customer consent, data-sharing arrangements, and any transfers to third parties. These records must be available for audit or compliance checks.</p>	<p><b>س5: ما هي إجراءات المساءلة المطلوب تطبيقها؟</b> ج: يجب على المنصات الاحتفاظ بسجلات لموافقة المتعاملين، والإجراءات التي تتبعها لمشاركة البيانات، وأي عمليات نقل للبيانات إلى أطراف ثالثة. يجب أن تكون هذه السجلات متاحة للتدقيق أو التحقق من الامتثال.</p>
<p><b>Food Establishments' Data Access and Portability</b></p>	<p><b>إتاحة الوصول إلى بيانات المنشآت الغذائية وإمكانية نقلها</b></p>
<p><b>Q1: What data access rights do food establishments have?</b> A: Platforms must provide access to data submitted by the restaurant, plus reasonable customer data such as order history, sales performance, marketing results, and traffic metrics. Note for Clarity: This does not include personal data (such as names, addresses, or phone numbers).</p>	<p><b>س1: ما هي حقوق الوصول إلى/الحصول على البيانات التي تتمتع بها المنشآت الغذائية؟</b> ج: يجب أن تتيح المنصات الوصول إلى/الحصول على البيانات التي يقدمها المطعم المعني، بالإضافة إلى بيانات المتعاملين المعقولة مثل سجل الطلبات وأداء المبيعات ونتائج التسويق ومؤشرات حركة الزوار. الملاحظة لأغراض التوضيح: لا يشمل ذلك البيانات الشخصية (مثل الأسماء أو العناوين أو أرقام الهواتف).</p>
<p><b>Q2: Do food establishments have the right to export their data?</b> A: Yes. Platforms must provide a complete, up-to-date export of data in a structured, commonly used, machine-readable format to allow portability across services.</p>	<p><b>س2: هل يحق للمنشآت الغذائية تصدير بياناتها؟</b> ج: نعم. يحق للمنشآت الغذائية استخراج سجل كامل لجميع البيانات التي تم إنشاؤها من خلال نشاطها على المنصة بصورة دورية ومحدثة، وبدون رسوم، على أن تكون هذه التقارير في صيغة متسقة ومنظمة حسب المعايير</p>



	المستخدمة بصورة شائعة، وأن تكون صالحة لقراءتها إلكترونياً وقابلة للنقل والاستخدام الفعال على منصات أو خدمات أخرى.
<b>Q3: Can platforms restrict data access with fees or conditions?</b>  <b>A:</b> No. Technical, contractual, or financial barriers cannot be imposed to block lawful data access or portability. Access to past data must not depend on continued platform use or additional payment.	<b>س3: هل يمكن للمنصات تقييد الوصول إلى البيانات برسوم أو شروط؟</b>  <b>ج:</b> لا يجوز ذلك. لا يمكن فرض حواجز فنية أو تعاقدية أو مالية لمنع الوصول المشروع إلى البيانات أو إمكانية نقلها. كما لا ينبغي أن يعتمد الوصول إلى البيانات السابقة على الاستمرار في استخدام المنصة أو دفع رسوم إضافية.
<b>Q4. How quickly must data be provided?</b>  <b>A:</b> Where feasible, access should be real-time or updated daily. Manual provision must not take longer than 7 working days after a request.	<b>س4: ما مدى السرعة التي يجب أن يتم بها توفير البيانات؟</b>  <b>ج:</b> في أسرع وقت ممكن، ويجب أن يكون الوصول في الوقت الفعلي أو أن يتم تحديثه يومياً. وينبغي ألا يستغرق تقديم أي بيانات يدوياً أكثر من 7 أيام عمل بعد طلبها.
<b>Q5. Must platforms disclose the scope of available data?</b>  <b>A:</b> Yes. Platforms must clearly state what data is accessible, its format, timeframes, and update frequency, including any limitations.	<b>س5: هل يجب على المنصات الكشف عن نطاق البيانات المتاحة؟</b>  <b>ج:</b> نعم. يجب أن تحدد المنصات بوضوح البيانات التي يمكن الوصول إليها، وصيغة تنسيقها، والإطار الزمني لها، وتكرار مرات التحديث، بما في ذلك أي قيود مفروضة على هذا الإجراء.
<b>Platform Fairness &amp; Data Use</b>	<b>امتثال المنصة لمعايير العدالة ونطاق استخدام البيانات</b>
<b>Q1. Can platforms favour their own brands or cloud kitchens?</b>  <b>A:</b> No, unless there are objective reasons (e.g. operational efficiency) and these are clearly disclosed.	<b>س1: هل يمكن للمنصات إعطاء الأولوية لعلاماتها التجارية الخاصة أو مطابخها السحابية؟</b>  <b>ج:</b> لا يجوز، إلا إذا في حال توفر أسباب موضوعية (مثل الكفاءة التشغيلية) وبعد الإشارة إليها بوضوح.
<b>Q2. Can platforms use Non-Public Business User Data to compete with food establishments?</b>  <b>A:</b> No. Such data cannot be used to create or promote competing offerings.	<b>س2: هل يمكن للمنصات استخدام البيانات غير المعلنة للمنشآت التجارية للتنافس مع المنشآت الغذائية؟</b>  <b>ج:</b> لا يجوز. لا يُسمح باستخدام مثل هذه البيانات بغرض طرح عروض منافسة أو الترويج لها.
<b>Q3. Can food establishments use their own delivery providers?</b>  <b>A:</b> Yes. Establishments are free to use their own logistics or third-party delivery providers.	<b>س3: هل يمكن للمنشآت الغذائية الاستعانة بمقدمي خدمات التوصيل التابعين؟</b>  <b>ج:</b> نعم. تتمتع المنشآت بحرية استخدام الخدمات اللوجستية الخاصة بها أو مزودي خدمات التوصيل التابعين لجهات خارجية.



<p><b>Q4. Do food establishments have to buy all services from platforms?</b></p> <p><b>A:</b> No. Food establishments should have flexibility in how they work with platforms. This means:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Bundling of services:</b> Platforms must offer their services (such as delivery, marketing, or online listing) separately. Food establishments can choose the services they want, without being forced to take a full package.</li> <li>• <b>Freedom of Choice:</b> Food establishments are free to use their own delivery teams or work with third-party providers for delivery, marketing, or other services. They do not have to rely only on one platform for everything.</li> </ul>	<p>س4. هل يتعين على المنشآت الغذائية شراء جميع الخدمات من المنصات؟</p> <p>ج: لا. يجب أن تتمتع المؤسسات الغذائية بقدر كاف من المرونة التي تتيح لها تحديد كيفية عملها مع المنصات. ويشمل ذلك:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>تجميع الخدمات:</b> يجب على المنصات تقديم خدماتها (مثل التسليم أو التسويق أو الإدراج الإلكتروني) بشكل مستقل، بما يتيح للمنشآت الغذائية اختيار الخدمات التي تناسبها، دون أن تضطر إلى أخذ حزمة كاملة من الخدمات.</li> <li>• <b>حرية الاختيار:</b> تتمتع المنشآت الغذائية بحرية استخدام مزودي خدمات التوصيل التابعين لها أو العمل مع مزودي خدمات خارجية للتوصيل أو التسويق أو غيرها من الخدمات. لا يتعين عليهم الاعتماد على منصة واحدة فقط في كل شيء.</li> </ul>
<p><b>Q5. Must menu prices be the same across all channels?</b></p> <p><b>A:</b> Yes, base prices must be consistent across platforms and direct channels. However, temporary promotions and discounts are allowed.</p>	<p>س5. هل يجب أن تكون أسعار القائمة هي نفسها عبر جميع القنوات؟</p> <p>ج: نعم، يجب أن تكون الأسعار الأساسية متنسقة عبر المنصات والقنوات المباشرة. ومع ذلك، يُسمح بالعروض الترويجية والخصومات المؤقتة.</p>
<p><b>Complaints &amp; Enforcement</b></p>	<p><b>آلية تقديم لشكاوى ونطاق تطبيق الضوابط الإرشادية</b></p>
<p><b>Q1. How are disputes with platforms to be resolved?</b></p> <p><b>A:</b> Platforms must provide a transparent dispute resolution process, including access to independent mediation.</p>	<p>س1. كيف يتم حل النزاعات القائمة مع المنصات؟</p> <p>ج: ينبغي أن توفر المنصات إجراءات تراعي معايير الشفافية والعدالة لحل النزاعات، بما في ذلك إتاحة قنوات الوصول إلى الوساطة المستقلة.</p>
<p><b>Q2. How quickly must consumer complaints be addressed?</b></p> <p><b>A:</b> Acknowledgement within 3 working days and resolution within 7 working days.</p>	<p>س2. ما مدى السرعة التي ينبغي بها معالجة شكاوى المستهلكين؟</p> <p>ج: لابد من الإقرار باستقبال الشكاوى خلال 3 أيام عمل وطرح الحلول خلال 7 أيام عمل.</p>
<p><b>Q3. Can breaches of the Guidelines be reported?</b></p> <p><b>A:</b> Yes, complaints can be submitted to Dubai Corporation of Consumer Protection and Fair Trade.</p>	<p>س3. هل يمكن الإبلاغ عن انتهاكات الضوابط الإرشادية؟</p> <p>ج: نعم، يمكن تقديم الشكاوى حول أي انتهاكات إلى مؤسسة دبي لحماية المستهلك والتجارة العادلة.</p>