

## فهرست عناوین

ردیف	عنوان	صفحه
۱	فهرست	۱
۲	مقدمه	۳
۳	صاحب آگهی	۴
۴	هلدینگ اقتصادی گروه سوم	۴
۵	شرکت همکار و تعهدات	۴
۶	تعریف قرارداد و شرایط آن	۵
۷	قرارداد فرهنگی	۶
۸	قراردادهای محتوایی، ارزشی و دینی کتاب و فیلم‌های سینمایی	۶
۹	امتیازهای تشویقی تسریع و حضور اولین بار	۷
۱۰	تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور	۸
۱۱	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	۹
۱۲	امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی	۹
۱۳	اضافه پخش بودجه سالانه و افزایش بودجه رادیویی و تلویزیونی گروه اول	۱۰
۱۴	اضافه پخش بودجه سالانه و افزایش بودجه و تسهیلات تشویقی رادیویی و تلویزیونی گروه دوم	۱۱
۱۵	اضافه پخش بودجه ماهانه و افزایش بودجه رادیویی و تلویزیونی گروه سوم	۱۵
۱۶	اضافه پخش بودجه سه‌ساله و شرایط هلدینگ تولید، توزیع و فروش رادیویی و تلویزیونی گروه سوم	۱۷
۱۷	تسهیلات تشویقی حمایت از اشتغال داخلی گروه سوم	۲۰
۱۸	تسهیلات تشویقی برند ملی	۲۱
۱۹	تسهیلات تشویقی طی سال	۲۳
۲۰	انواع پرداخت قراردادها	۲۴
۲۱	تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان	۲۵
۲۲	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی	۲۵
۲۳	افزایش طبقه هر برنامه	۳۰
۲۴	طبقه‌بندی گروه سوم صاحبان آگهی	۲۶
۲۵	جدول ضرایب ماه‌های سال	۳۰
۲۶	جدول ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک و تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون	۳۱
۲۷	انواع آگهی	۳۱
۲۸	نرخ انواع آگهی	۳۲

ردیف	عنوان	صفحه
۲۹	بخشنامه برگزاری مراسم قرعه کشی در برنامه های مشارکتی	۳۳
۳۰	ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی های بازرگانی	۳۴
۳۱	موقعیت آگهی در بسته	۳۵
۳۲	زمان سفارش آگهی	۳۵
۳۳	حذف و جابجایی آگهی ها	۳۵
۳۴	قطع پخش آگهی	۳۶
۳۵	صورتحساب	۳۶
۳۶	تعدیل	۳۶
۳۷	فسخ قرارداد	۳۷
۳۸	رتبه بندی شرکت های تبلیغاتی	۳۷
۳۹	کارمزد	۳۸

## مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش تبلیغات بازرگانی سال ۱۳۹۹ در راستای سیاست‌های اصل ۴۴ و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی براساس برآورد ظرفیت‌های پیش‌بینی شده و با هدف حمایت حداکثری از کار و سرمایه ایرانی برگرفته از رویکردهای زیر، تهیه و تدوین شده است:

- تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های اقتصاد مقاومتی
- حمایت از کارآفرینان و به حداکثر رساندن مشارکت واحدهای تولیدی و خدماتی در اقتصاد کشور
- حمایت از تولیدکنندگان، صادرکنندگان محصولات و خدمات ایرانی
- حمایت از مخترعین و فعالان دانش‌بنیان
- ایجاد رقابت سالم در حوزه‌های تولیدی کشور
- توجه جدی به اصلاح الگوهای مصرف کالاهای داخلی
- کمک به ارتقاء سطح فرهنگی و آموزشی در بخش‌های سلامت، محیط زیست و ...
- کمک به ارتقاء سطح استانداردهای کالا و خدمات ایرانی در مقایسه با سایر تولیدات مشابه
- اهتمام جدی به برند ایرانی و حمایت لازم در این بخش به منظور حضور مستمر برندهای ایرانی که اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارند
- حمایت از اشتغال کارگر ایرانی به‌منظور معرفی هرچه بیشتر محصولات ایرانی
- ارتقاء سطح فرهنگی پیام

اداره کل بازرگانی

سازمان صدا و سیما

## تعاریف

### ماده ۱- تبلیغات بازرگانی:

معرفی کالا و خدمات با هدف تجاری که از طریق طراحی، آماده سازی، تولید و پخش در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی موجب آگاهی، ایجاد علاقه و یا وفاداری در افکار مخاطبین شده و نتایج آن موجب معرفی و یا ارتقاء نام و نشان تجاری (برند)، فروش و یا افزایش فروش کالا و خدمات صاحبان آگهی شود.

### ماده ۲- صاحب آگهی:

اشخاص حقیقی یا حقوقی (اعم از دولتی یا خصوصی) که به منظور معرفی کالا و محصول یا خدمات خود، ضمن پذیرش اصول و ضوابط اداره کل بازرگانی، اقدام به سفارش و پخش آگهی از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران می‌نمایند.

#### ۲-۱: گروه‌بندی صاحبان آگهی:

گروه اول: اپراتورهای تلفن همراه

گروه دوم: بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری و صندوق‌های قرض‌الحسنه

گروه سوم: به استثنای گروه یک و دو که به تفصیل بعد از ماده ۱۷ (در طبقه‌بندی گروه سوم صاحبان آگهی) درج شده است.

#### هدینگ گروه اقتصادی برای گروه سوم:

- در خصوص آن دسته از اشخاص حقوقی و صاحبان کالا و خدماتی که سهام‌داران مجموعه گروه‌ها هستند و مطابق قانون تجارت بیش از ۵۰ درصد سهام و سرمایه آن‌ها متعلق به گروه اصلی (مرکزی) و در ثبت شرکت‌ها به ثبت رسیده است، جدول بودجه ماهانه به کل گروه تعلق می‌گیرد لیکن از آنجا که سایر ظرفیت‌های تولیدی هر گروه مانند بخش‌های صنایع دستی و فرش دست باف، کشاورزی، صنعت و خدمات براساس جدول هدفمندی و سایر بندها تعیین می‌گردد، مبنای تسهیم جدول، سقف بودجه هر گروه خواهد بود.

- آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که هدینگ نیستند ولی محصولات یا خدمات متنوعی دارند، می‌توانند براساس میزان بودجه ارائه شده برای هر یک از گروه محصولات خود، از بقیه ظرفیت‌های تولیدی و سایر بندها استفاده کنند.

تبصره ۱: در صورتی که گروه مذکور در سال‌های بعد، از مجموعه هدینگ خارج شود، مبنای محاسبه بودجه ماهانه میزان اعتبار اولیه گروه در سال قبل بوده و ملاک افزایش بودجه، سقف گروه هدینگ است.

### ماده ۳- شرکت همکار و تعهدات:

شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی‌ای که دارای مجوز رسمی تبلیغات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشند و ضمن قبول ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی، اقدام به عقد قرارداد همکاری نمایند.

- الف- هر شرکت همکار که برای صاحب آگهی درخواست عقد قرارداد می‌نماید، باید از صاحب آگهی برای سال ۹۹ معرفی- نامه ارائه نماید. (در صورت عدم قید مدت زمان اعتبار از سوی صاحب آگهی، اعتبار معرفی‌نامه یک ماه خواهد بود)
- ب- هیچ‌گونه وکالت برای نقل و انتقال یا واگذاری امتیاز کانون مورد قبول نیست؛ در صورت لزوم مجوز باید از طریق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار شود.
- ج- هر نوع همکاری برای جذب مشتری در شبکه‌های معاند ماهواره‌ای (اعم از طراحی کمپین تبلیغاتی، تأمین یا تسریع در روند یا فرآیند انتشار در این شبکه‌ها یا ایجاد تسهیلات برای آن‌ها) توسط شرکت و یا کانون تبلیغاتی و اعضای هیئت مدیره شرکت‌ها ممنوع بوده و موجب فسخ یک طرفه قرارداد خواهد شد.
- د- شرکت‌های تبلیغاتی که سال گذشته قرارداد همکاری داشته اما از صداوسیما آگهی پخش ننموده‌اند و یا حضور نداشته‌اند، در سال جدید پس از معرفی صاحب آگهی می‌توانند هم‌زمان با قرارداد پخش، قرارداد همکاری نیز منعقد نمایند.
- ه- با توجه به تعدد زیر مجموعه‌های تعیین شده برای گروه سوم صاحبان کالا و خدمات و لزوم ثبت مکانیزه طبقه انتخابی که از نظر مالی، محتوایی و موضوعی کمک شایانی به آنها خواهد کرد، تمام کانون‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی موظف هستند نسبت به انتخاب دقیق زیر مجموعه‌های هر طبقه اقدام نمایند تا دقیقاً و کاملاً با محصول یا خدمت مورد تبلیغ منطبق باشد.
- اداره کل بازرگانی صرفاً طبقه و زیر مجموعه انتخابی را تایید خواهد کرد و هیچ‌گونه مسئولیتی در قبال هرگونه اشتباه احتمالی در این انتخاب نخواهد داشت.

#### ماده ۴: تعریف قرارداد و شرایط آن:

- قرارداد پخش آگهی تعهدی است کتبی که طبق تعرفه‌های مصوب به صورت دوطرفه (اداره کل بازرگانی و صاحب آگهی) یا سه طرفه (اداره کل بازرگانی، صاحب آگهی و شرکت تبلیغاتی) تنظیم و پس از امضاء و اخذ مدارک، معتبر و نافذ خواهد بود.
- الف- صاحبان آگهی زمانی مجاز به انعقاد قرارداد هستند که ضوابط و مقررات پخش آگهی بازرگانی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی را پذیرفته باشند.
- ب- تمام قراردادهای طبق نمونه‌هایی که از قبل توسط اداره کل امور حقوقی تهیه شده، منعقد و مبادله می‌شوند.
- ج- هر قرارداد بنام یک صاحب آگهی که طبق مدارک رسمی نام تجاری و نمایندگی رسمی یا مالکیت آن را داشته باشد، منعقد خواهد شد و از پذیرش قراردادهای ائتلاف چند صاحب آگهی خودداری می‌شود.
- د- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات برابر تشخیص اداره کل بازرگانی در زمان‌های مقرر از انجام تعهدات خود خودداری نمایند، اداره کل مزبور نیز از پخش آگهی‌های تبلیغاتی آن‌ها ممانعت نموده و نسبت به وصول مطالبات خود با اجرای تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدام خواهد کرد.
- ه- قرارداد باید توسط مقام تشخیص و صاحبان امضای مجاز و ذی‌سمت موضوع بند ۱-۲ ضوابط حاضر امضاء شده باشد و برای اشخاص حقوقی عمومی و خصوصی، حسب مورد ارائه تصویری از اساسنامه و آخرین روزنامه رسمی که در آن صاحبان امضای مجاز معرفی شده‌اند الزامی است.
- و- در قراردادهای دوطرفه صاحب آگهی می‌تواند شرکت همکار یا شرکت‌های همکار خود را متعاقباً و قبل از پخش معرفی نماید.

**تبصره ۲:** تغییر شرکت همکار در قراردادهای سه طرفه با ارائه تسویه حساب از شرکت همکار قبلی، حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ اعلام به اداره کل بازرگانی انجام خواهد شد. قبولی پخش از شرکت همکار جدید بلافاصله صورت می‌پذیرد و در صورت اعتراض شرکت همکار قبلی، برای تعیین تکلیف کارمزد باقی مانده و اقدامات اجرایی، اداره کل بازرگانی به عنوان حکم و داور مرضی‌الطرفین به مسئله رسیدگی خواهد کرد و نظر اداره کل بازرگانی قطعی و لازم‌الاجراست.

**تبصره ۳:** در صورت اجرای تبصره ۲ تمام تعهدات سازمان نسبت به صاحبان آگهی کماکان به قوت خود باقی خواهد بود.  
**تبصره ۴:** طبق مصوبات شورای عالی استاندارد، تمام صاحبان کالا و خدماتی که محصولات آنها طبق این مصوبات مشمول اخذ مجوز استاندارد از سازمان ملی استاندارد ایران است، لازم است قبل از دریافت شناسه پخش آگهی نسبت به اخذ این مجوز و ارائه آن اقدام نمایند.

## ماده ۵- انواع قراردادها:

### ۵-۱- قراردادهای تلویزیونی و رادیویی:

در سال جاری به منظور حمایت هرچه بیشتر از صاحبان کالا و خدمات و استفاده حداکثری از ظرفیت ضرایب بودجه ماهانه/سالانه، قراردادها در یک نوع متمرکز می‌شود

### ۵-۲- قرارداد مشارکتی:

با تفاهم شبکه مورد نظر بین صاحبان کالا و خدماتی که یکی از قراردادهای فوق‌الذکر را داشته و قصد مشارکت به-عنوان حامی مالی برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را داشته باشند، منعقد خواهد شد.

### ۵-۳- قرارداد فرهنگی:

۱- قرارداد پخش آگهی‌های فرهنگی با رعایت مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌ها و در قالب جدول ذیل منعقد می‌شود.

#### «جدول شماره ۱»

درصد اضافه پخش	درصد تخفیف ریالی	محل پخش (زمان پخش)	ردیف
۹۰۰	۹۰	صبحگاهی، عصرگاهی، شامگاهی (۲۴ ساعته)	۱
۵۶۶	۸۵	صبحگاهی (۶-۱۲)، شامگاهی (۱۹-۲۴)	۲
۴۰۰	۸۰	عصرگاهی، شامگاهی (ساعت ۱۲-۲۴)	۳
۳۰۰	۷۵	شامگاهی (ساعت ۱۹-۲۴)	۴

صبحگاهی (۶-۱۲)، عصرگاهی (۱۲-۱۹)، شامگاهی (ساعت ۱۹-۲۴)

۲- تشخیص فرهنگی بودن آگهی بر عهده اداره کل بازرگانی است.

۳- توزیع ریالی پخش بسته‌های اول (صبحگاهی)، دوم (عصرگاهی) و سوم (شامگاهی) یکنواخت خواهد بود.

۴- نحوه پرداخت در این قراردادها فقط به صورت نقدی است.

۵- زمان و شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی براساس ظرفیت‌های ارائه شده از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و سفارش توسط صاحبان کالا و خدمات و یا شرکت تبلیغاتی صورت می‌گیرد.

۴-۵- قرارداد محتوایی ارزشی و دینی کتاب و فیلم‌های سینمایی:

گروه اول: تولیدات محتوایی ارزشی و دینی شامل: کتاب و فیلم‌های ارزشی مانند دفاع مقدس- انقلاب اسلامی- خانواده- کودک و...؛

گروه دوم: سایر تولیدات محتوایی فیلم و کتاب را مشمول می‌شود.

۱- عقد قراردادهای ارزشی و دینی دو گروه با رعایت مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌ها در قالب جدول ذیل است.

#### «جدول شماره ۲»

ردیف	گروه	درصد تخفیف ریالی	درصد اضافه پخش
۱	گروه اول	۹۸	۴۹۰۰
۲	گروه دوم	۹۵	۱۹۰۰

۲- به این گونه قراردادها کارمزد تعلق نمی‌گیرد.

۳- نحوه پرداخت این قراردادها فقط به صورت نقدی است .

۴- زمان و شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی براساس ظرفیت‌های ارائه شده از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و سفارش توسط صاحبان کالا و خدمات و یا شرکت تبلیغاتی صورت می‌گیرد.

#### ماده ۶- انواع امتیازهای تشویقی قراردادها:

الف- اضافه پخش تسریع:

انعقاد قراردادهای جدید پخش برای سال ۱۳۹۹ از تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۱۰ آغاز می‌شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه‌ریزی دقیق در تنظیم و انعقاد قرارداد به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات امتیاز پخش تسریع تعلق خواهد گرفت. ملاک حفظ اضافه پخش تسریع فقط اخذ قرارداد نیست بلکه باید اسناد مالی آن نیز در تاریخ مقرر طبق جدول شماره ۳ تسلیم امور مالی بازرگانی صدا و سیما شده باشد.

اضافه پخش تسریع در گروه اول و دوم و سوم به قراردادهایی تعلق می‌گیرد که در تاریخ‌های زیر منعقد شود:

#### «جدول شماره ۳»

ردیف	شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی
۱	از ۱۳۹۸/۱۱/۱۰ تا ۱۳۹۸/۱۱/۳۰	۱۵۰
۲	از ۱۳۹۸/۱۲/۰۱ تا ۱۳۹۸/۱۲/۲۷	۵۰

۲۵	از ۱۳۹۸/۱۲/۲۸ تا ۱۳۹۹/۱/۳۱	۳
----	----------------------------	---

#### ب- امتیاز حضور اولین بار:

برای حمایت از کارآفرینی، به صاحبان کالاها و خدماتی که برای اولین بار پس از ارائه ثبت آرم تجاری، اقدام به انعقاد قرارداد پخش آگهی نمایند، متناسب با مدت زمان عدم حضور، به هر تعداد قرارداد منعقد در طول سال ۱۳۹۹ اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

#### «جدول شماره ۴»

##### در صد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح	ردیف
۱۰۰	اولین بار بعد از یک سال عدم حضور	۱
۲۰۰	اولین بار بعد از سه سال عدم حضور	۲
۳۰۰	اولین بار بعد از پنج سال عدم حضور	۳

**تبصره ۵:** نام و نشان تجاری (برند) ضمن افزایش کیفیت و کمیت باعث رونق اقتصادی و کاهش امر واسطه‌گری و ایجاد تعادل قیمت در بازار، به‌خصوص در نوسانات اقتصادی خواهد شد؛ لذا رسانه ملی به منظور ارتقاء شاخص‌های فوق‌الذکر، در پخش تبلیغات نسبت به تقویت آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که علاوه بر محصولات قبلی خود اقدام به تولید طبقه جدیدی از محصولات و خدمات نمایند، متناسب با مدت زمان عدم حضور، براساس جدول شماره (۴) به هر یک از شناسه آگهی‌ها درصدی اضافه پخش اختصاص می‌دهد.

**تبصره ۶:** شاخص تشخیص حضور اولین بار، نام و نشان تجاری (برند) کالا یا خدمات است و هرگونه تغییری در نام صاحب آگهی یا شرکت و معاونت‌ها و قسمت‌ها و نمایندگی یا استان‌ها، مشمول اعطای این امتیاز نخواهد بود و به هر صاحب آگهی فقط یک‌بار امتیاز حضور اولین بار اعطاء می‌شود.

**تبصره ۷:** به صاحبان کالا و خدماتی که طی سه ماهه آخر سال ۱۳۹۸ اولین حضور خود در رسانه ملی را تجربه کرده‌اند، به انتخاب صاحب کالا و خدمات به حضور اولین بار یا افزایش بودجه، اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

#### ماده ۷- اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده:

به منظور اجرای قانون پرداخت مالیات بر ارزش افزوده، به تمام صاحبان کالا و خدمات ۱۰ درصد اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

**ماده ۸- تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور در راستای اجرای هدفمند و هوشمندانه سیاست‌های اصل ۴۴ و نیز اقتصاد مقاومتی:**



به منظور حمایت حداکثری از تولیدکنندگان داخلی و ارائه‌دهندگان خدمات و کمک به توسعه اقتصادی کشور، علاوه بر سایر امتیازات، اضافه پخش تشویقی‌ای به شرح زیر نیز به محصولات اعطاء می‌شود.

«جدول شماره ۵»

ردیف	شرح	درصد اضافه پخش
۱	خدمات گردشگری رفاهی و اقامتی	۳۰۰
۲	لبنیات مانند: شیر، پنیر، ماست و...	۲۰۰
۳	صنایع دستی و فرش دست باف	۲۰۰
۴	محصولات دانش بنیان	۲۰۰
۵	کیف، کفش، پوشاک و محصولات سراجی	۲۰۰
۶	صنعت	۱۵۰
۷	محصولات کشاورزی و دامی تولید داخل	۱۲۰

ماده ۹- تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر:

به منظور حمایت از آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که در راستای اصلاح الگوی مصرف، با هدف کاهش مصرف انرژی در جامعه اقدام می‌نمایند و ترغیب تولیدکنندگان داخلی، به گروه‌های دو و سه پس از ارائه مدارک مثبت اضافه پختی به شرح ذیل اعطاء می‌شود.

«جدول شماره ۶»

ردیف	شرح	درصد اضافه پخش
۱	ارتقاء شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر	۳۰
۲	صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ صادرات	۳۰
۳	صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ تولید	۳۰
۴	صاحبان کالا و خدمات از لحاظ ثبت اختراع	۳۰
۵	صاحبان کالا و خدمات از لحاظ دانش بنیان	۳۰
۶	فن‌آوری جدید از جمله انرژی خورشیدی موتور سیکلت‌ها و خودروهای برقی	۳۰
۷	صاحبان کالا و خدماتی که کارآفرین برتر طی سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ باشند	۳۰
۸	رعایت حقوق مصرف کننده مورد تایید سازمان حمایت از حقوق مصرف کننده	۳۰

ماده ۱۰- امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی:

برای حمایت از صاحبان کالا و خدمات گروه‌های دو و سه که در هر یک از رسانه‌های رادیو یا تلویزیون سابقه تبلیغات داشته‌اند، علاوه بر سایر امتیازات، اضافه پختی به شرح جدول زیر اعطاء خواهد شد.

- اگر مشمول تسهیلات تشویقی افزایش بودجه شده باشد ۱۰۰ درصد جدول و اگر بودجه سال ۱۳۹۸ را حفظ کرده باشد ۵۰ درصد و اگر کاهش بودجه داشته باشد ۲۰ درصد جدول ذیل تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۷»

ردیف	سالهای حضور	اضافه پخش
۱	یک ساله	۱۱۰
۲	دو ساله	۲۰۰
۳	سه ساله	۲۵۰
۴	چهار ساله	۳۰۰
۵	پنج ساله	۳۵۰

تبصره ۸: در صورت حضور مستمر بیش از ۵ سال، ۲۰ درصد اضافه پخش به ازاء هر سال به جدول فوق اضافه می شود.

تبصره ۹: ملاک تعیین افزایش بودجه سال ۹۸، میزان پخش و تعدیل در هر رسانه است.

تبصره ۱۰: برای صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که در سال ۹۷ به هر دلیلی بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده اند ملاک استفاده از این بند افزایش بودجه نسبت به مبلغ قبل از کسر بودجه سال ۹۷ است. در صورتی که بودجه سال ۹۸ بیش از بودجه‌ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۸ است..

تبصره ۱۱: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانسی که در سال‌های ۹۷ و ۹۸ در حوزه‌های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می-کنند، با رعایت تبصره شماره ۱۱ و مشروط بر آنکه بودجه سالانه آن‌ها کمتر از ۱۰۰۰ میلیارد ریال نباشد، باید از رشد بودجه سالانه حداقل ۷۰ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم سلولزی این رشد باید حداقل ۵۰ درصد باشد. در صورتی که بودجه سال ۹۸ بیش از بودجه‌ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۸ و در غیر این صورت، بودجه سال ۹۷ ملاک است.

ماده ۱۱- اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات:  
الف- گروه اول:

«جدول شماره ۸» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱,۵۰۰,۰۰۰	۵۰۰	۹,۰۰۰,۰۰۰
۲	۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۰۰	۲۶,۰۰۰,۰۰۰
۳	۲,۵۰۰,۰۰۰	۲۵۰۰	۶۵,۰۰۰,۰۰۰

«جدول شماره ۹» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	بودجه سال ۹۹	افزایش بودجه تلویزیونی نسبت به سال ۹۸	
		۱,۵۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
		۲,۵۰۰,۰۰۰	

درصد اضافه پخش			بودجه سال ۹۸	
۵۵۰	۴۰۰	۸۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱
۴۵۰	۱۲۰	۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۲

«جدول شماره ۱۰» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه	ردیف
جمع پخش	درصد اضافه پخش		
۴۴۴,۰۰۰	۲۷۰	۱۵۰,۰۰۰	۱
۱,۴۰۰,۰۰۰	۶۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۲
۲,۷۵۰,۰۰۰	۱۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰	۳

«جدول شماره ۱۱» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه رادیویی نسبت به سال ۹۸			بودجه سال ۹۹	ردیف
۳۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰		
درصد اضافه پخش			بودجه سال ۹۸	
۵۵۰	۴۰۰	۱۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۱

تبصره ۱۲: در گروه اول برای بودجه‌های سالانه بالاتر از سقف جدول در تلویزیون به ازای هر ۵۰ میلیارد ریال ۱۰ درصد و در رادیو به ازای هر ۱۰ میلیارد ریال ۲۰ درصد اضافه پخش داده خواهد شد.

ب- گروه دوم:

«جدول شماره ۱۲» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه	ردیف
جمع پخش	درصد اضافه پخش		
۳۲۰,۰۰۰	۲۲۰	۱۰۰,۰۰۰	۱
۸۰۰,۰۰۰	۳۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۲
۱,۴۴۰,۰۰۰	۳۸۰	۳۰۰,۰۰۰	۳
۲,۰۰۰,۰۰۰	۴۰۰	۴۰۰,۰۰۰	۴
۲,۸۸۰,۰۰۰	۵۰۰	۴۸۰,۰۰۰	۵
۴,۲۰۰,۰۰۰	۶۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۶
۱۰,۴۰۰,۰۰۰	۱۲۰۰	۸۰۰,۰۰۰	۷

(ارقام به میلیون ریال)

«جدول شماره ۱۳»

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۸ تلویزیونی							بودجه سال ۹۹	ردیف
۸۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۴۸۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰		

درصد اضافه پخش							بودجه سال ۹۸	
				۲۰۰	۱۰۰	۰	۱۰۰,۰۰۰	۱
			۲۲۰	۱۲۰	۵۰	۰	۱۸۰,۰۰۰	۲
	۲۲۰	۱۸۰	۱۰۰	۰	۰	۰	۳۰۰,۰۰۰	۳
	۱۸۰	۸۰	۵۰	۰	۰	۰	۳۵۰,۰۰۰	۴
۲۲۰	۱۲۰	۵۰	۰	۰	۰	۰	۴۰۰,۰۰۰	۵
۳۰۰	۱۲۰	۰	۰	۰	۰	۰	۴۸۰,۰۰۰	۶

### جدول تشویقی گروه دوم برای عقد قراردادهای تلویزیونی:

صاحبان آگهی این گروه مشروط به استفاده از جدول افزایش بودجه نسبت به سال قبل طبق جدول ذیل می‌توانند تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۹ از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

#### «جدول شماره ۱۴»

میزان ثانیه	درصد افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۸	ردیف
۱۰۰۰	۳۰	۱
۱۲۰۰	۴۰	۲
۱۴۰۰	۵۰	۳
۱۶۰۰	۷۰	۴
۲۰۰۰	۱۰۰	۵
۲۲۰۰	۲۰۰	۶
۳۰۰۰	۳۰۰	۷

تبصره ۱۳: صاحبان کالا و خدمات گروه دوم که بیش از ۱۰۰ درصد رشد داشته باشند مشروط به اینکه مبلغ قرارداد آنها در تلویزیون کمتر از ۱۵۰ میلیارد ریال نباشد، مشمول استفاده از جدول فوق الذکر خواهند بود؛ در غیر این صورت چنانچه رشد بودجه طبق جدول شماره ۱۳ باشد، مشمول ۲۰ درصد جدول فوق الذکر خواهند شد.

تبصره ۱۴: صاحبان آگهی گروه دوم که مشمول تسهیلات تشویقی جدول شماره ۱۴ شده‌اند باید ۵۰ درصد جدول فوق الذکر را در تلویزیون و ۵۰ درصد آن را در رادیو آگهی رایگان پخش نمایند.

تبصره ۱۵: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش است.

تبصره ۱۶: چنانچه پخش اصلی با یک شرکت تبلیغاتی باشد، پخش تشویقی اعطایی نیز باید با همان شرکت تبلیغاتی انجام شود (در صورت اعلام عدم طلب کارمزد توسط شرکت تبلیغاتی، تسهیم رایگان بلا مانع است)

تبصره ۱۷: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه نبوده و ظرفیت تشویقی پس از اتمام قرارداد تعلق خواهد گرفت.

«جدول شماره ۱۵» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه دوم در تلویزیون

ردیف	زمان پخش	درصد اضافه
۱	صبحگاهی	۱۲۰
۲	عصرگاهی	۸۰
۳	شامگاهی	۶۰

تبصره ۱۸: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۹ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«جدول شماره ۱۶» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه دوم در تلویزیون

ردیف	زمان پخش	درصد اضافه
۱	صبحگاهی	۹۰
۲	عصرگاهی	۵۰
۳	شامگاهی	۴۰

جدول تشویقی گروه دوم برای عقد قراردادهای رادیویی:

«جدول شماره ۱۷» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۲۰,۰۰۰	۱۵۰	۵۰,۰۰۰
۲	۳۰,۰۰۰	۲۴۰	۱۰۲,۰۰۰
۳	۵۰,۰۰۰	۵۰۰	۳۰۰,۰۰۰
۴	۷۰,۰۰۰	۶۵۰	۵۲۵,۰۰۰
۵	۹۰,۰۰۰	۱۵۰۰	۱,۴۴۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۸» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۸ رادیویی					بودجه سال ۹۹	ردیف
۲۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۷۰,۰۰۰	۹۰,۰۰۰		
درصد اضافه پخش					بودجه سال ۹۸	
		۵۰۰	۳۰۰	۳۰	۱۵,۰۰۰	۱
	۸۰۰	۳۵۰	۱۰۰	۰	۲۵,۰۰۰	۲
۱۵۰۰	۵۰۰	۲۰۰	۰	۰	۴۲,۰۰۰	۳
۱۲۰۰	۲۰۰	۰	۰	۰	۵۶,۰۰۰	۴

تبصره ۱۹: برای گروه دوم و افزون بر سقف جدول سالانه، در تلویزیون به ازای هر ۱۵ میلیارد ریال ۱۰ درصد و در رادیو به ازای هر ۵ میلیارد ریال، ۳۰ درصد اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

تبصره ۲۰: در کلیه گروه‌ها ملاک افزایش بودجه، مقایسه بین مبلغ قرارداد و پخش خواهد بود و در صورتی که پخش کمتر از میزان قرارداد باشد، ملاک محاسبه، میزان پخش پس از اجرای تعدیلات لازم خواهد بود.

صاحبان آگهی این گروه مشروط به استفاده از جدول افزایش بودجه نسبت به سال قبل، می‌توانند تا پایان بهمن ماه سال ۱۳۹۹ طبق جدول ذیل از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۱۹»

میزان ثانیه	درصدافزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۸	ردیف
۱۰۰۰	۱۵	۱
۱۲۰۰	۲۵	۲
۱۸۰۰	۵۰	۳
۲۰۰۰	۸۰	۴
۲۵۰۰	۱۲۵	۵

تبصره ۲۱: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود.

تبصره ۲۲: چنان‌چه پخش اصلی با یک شرکت تبلیغاتی باشد، پخش تشویقی اعطایی نیز باید با همان شرکت تبلیغاتی انجام شود (در صورت اعلام عدم طلب کارمزد توسط شرکت تبلیغاتی، تسهیم رایگان بلامانع است)

تبصره ۲۳: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه نمی‌شود و ظرفیت تشویقی پس از اتمام قرارداد تعلق خواهد گرفت.

«جدول شماره ۲۰» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه دوم در رادیو

ردیف	زمان پخش	درصد اضافه
۱	صبحگاهی	۵۰
۲	عصرگاهی	۷۰
۳	شامگاهی	۶۰

تبصره ۲۴: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۹ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

- تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

«جدول شماره ۲۱» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه دوم در رادیو

ردیف	زمان پخش	درصد اضافه
۱	صبحگاهی	۳۰
۲	عصرگاهی	۵۰
۳	شامگاهی	۴۰

ج- گروه سوم:

در راستای ادامه حمایت ویژه از بخش‌های تولیدی و خدماتی گروه سوم جداول زیر ارائه شده است.

«جدول شماره ۲۲» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه ماهانه	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۵۰۰	۴۰	۷۰۰
۲	۹۰۰	۸۰	۱,۶۲۰
۳	۱,۵۰۰	۱۲۰	۳,۳۰۰
۴	۲,۵۰۰	۱۶۰	۶,۵۰۰
۵	۴,۱۰۰	۲۰۰	۱۲,۳۰۰
۶	۶,۰۰۰	۲۸۷	۲۳,۲۲۰
۷	۹,۰۰۰	۳۷۰	۴۲,۳۰۰
۸	۱۴,۵۰۰	۴۵۰	۷۹,۷۵۰

۱۲۲,۸۵۰	۵۳۰	۱۹,۵۰۰	۹
۲۱۰,۰۰۰	۶۰۰	۳۰,۰۰۰	۱۰
۳۹۱,۰۰۰	۷۵۰	۴۶,۰۰۰	۱۱

«جدول شماره ۲۳»

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۸ تلویزیونی		ردیف
درصد افزایش پخش تشویقی	درصد افزایش نسبت به سال قبل	
۵۰	۱۵	۱
۷۵	۲۵	۲
۱۵۰	۶۰	۳
۱۸۰	۹۰	۴
۲۷۰	۱۵۰	۵
۳۲۰	۲۱۰	۶
۴۰۰	۳۱۰	۷
۵۰۰	۴۱۰	۸
۷۰۰	۵۵۰	۹

تبصره ۲۵: استفاده از ضریب افزایش بودجه در سال ۱۳۹۹ منوط به عقد و پخش قرارداد حداقل ۵ میلیارد ریالی در تلویزیون و ۱ میلیارد ریالی در رادیو در سال ۱۳۹۸ است.

تبصره ۲۶: برای عملیاتی کردن افزایش بودجه سال ۱۳۹۹، قراردادهای صاحبان کالا و خدمات در سال ۱۳۹۸ یا باید کامل پخش شده باشد یا تمام مبلغ آن وصول شده باشد.

«جدول شماره ۲۴» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه ماهانه	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش



۶۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۱
۱,۶۲۰	۱۷۰	۶۰۰	۲
۳,۰۶۰	۲۴۰	۹۰۰	۳
۸,۴۶۰	۳۷۰	۱۸۰۰	۴
۱۹,۲۰۰	۵۰۰	۳۲۰۰	۵
۳۸,۴۰۰	۷۰۰	۴۸۰۰	۶
۷۱,۵۰۰	۱۰۰۰	۶۵۰۰	۷
۱۴۴,۰۰۰	۱۵۰۰	۹۰۰۰	۸

«جدول شماره ۲۵»

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۸ رادیویی		ردیف
درصد اضافه پخش تشویقی	درصد افزایش نسبت به سال قبل	
۵۰	۱۵	۱
۹۰	۲۵	۲
۱۷۰	۴۵	۳
۲۰۰	۷۰	۴
۲۷۰	۹۰	۵
۳۴۰	۱۵۰	۶
۵۰۰	۳۱۰	۷
۶۵۰	۴۰۰	۸
۸۵۰	۵۵۰	۹

تبصره ۲۷: در گروه سوم برای بودجه‌های بالاتر از سقف جدول ماهانه، در تلویزیون به ازای هر ۱۵ میلیارد ریال ۴۰ درصد و در رادیو به ازای هر سه میلیارد ریال ۵۰ درصد اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

د - هلدینگ تولید، توزیع، فروش در گروه ۳ و سه ساله

به منظور توسعه بازار و ایجاد تولید، توزیع و فروش برای حضور حداکثری تولیدکنندگان کالا و خدمات که در عرصه ذیل حضور دارند قرارداد منعقد می‌شود:

۱- حداقل تولیدکننده ۱۰ محصول نهایی یا برند باشند.

۲- شرکت‌های پخش محصولات نهایی با مشخصات زیر:

۲-۱- تعداد حداقل ۷۰ ناوگان حمل و نقل سبک و سنگین اعم از وانت، کامیونت، کامیون ساده و یا یخچال‌دار

۲-۲- تعداد حداقل ۵۰۰ نفر نیروی انسانی دارای تایید پرداخت بیمه از سازمان تامین اجتماعی

۲-۳- تعداد حداقل ۱۵ دفتر نمایندگی در سطح کشور بصورت استانی، منطقه‌ای و سراسری

۲-۴- تعداد حداقل ۳۵۰۰ عامل توزیع در سطح فروشگاه کوچک و متوسط کشور (عامل غیر تکراری)

۲-۵- تعداد حداقل ۵ انبار حدود ۱۵۰۰۰ مترمربع انبار مرکزی جهت توزیع کالا در شهرهای مختلف

۲-۶- مجوز لازم از وزارت صنعت، معدن و تجارت و کد عضویت شرکت یا تامین کننده در سیستم ایران کد

۳- فروشگاه زنجیره‌ای توزیع کالا که حداقل ۲۰۰ شعبه در سطح کشور با نام و نشان تجاری معین داشته باشند.

آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که حداقل ۲ ویژگی از سه ویژگی فوق الذکر را داشته باشند و درخواست همکاری با

(SME) بنگاه کوچک و متوسط که طی سال های ۹۵-۹۶-۹۷-۹۸ با اداره کل بازرگانی فاقد همکاری و عقد قرارداد ریالی بوده‌اند با در نظر گرفتن ویژگی‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط از قبیل:

- اشتغال‌زایی سریع

- کارآفرینی

- نوآوری و خلاقیت

- انعطاف‌پذیری بیشتر

در نهایت ایجاد ارزش افزوده برای بنگاه مذکور و ایجاد اثرات اقتصادی احتمالی در سطح کشور و افزایش باورهای

عمومی جامعه نسبت به توان تولید کشور و ارتقاء سطح خودباوری و خوداتکابی برای یک دوره سه ساله همکاری نمایند.

**تبصره ۲۸:** استفاده از ظرفیت طرح حمایت از اشتغال سال‌های ۹۷ و ۹۸ مشروط به نبودن قرارداد ریالی از این امر مستثنی

است. عقد قرارداد و استفاده از ظرفیت مذکور با پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تأیید معاون منابع مالی و سرمایه

انسانی عملیاتی می‌گردد. در صورتیکه طرف دوم قرارداد تمام یا بخشی از قرارداد و یا امتیازات متعلق به آن را

تحت هر عنوانی خارج از ظرفیت‌های تولیدی، توزیعی و فروشگاهی خود به غیر واگذار نماید، این قرارداد فسخ و

مطابق تعرفه‌های عادی محاسبه و اعمال خواهد شد.

• با عنایت به جداول شماره ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۲۲، ۲۳، ۲۴ و ۲۵، مجموع امتیازات قراردادهای هلدینگی اعم از درصد

از فروش یا اقساط ۳۶ ماهه، بیش از میزان مندرج در جدول زیر نخواهد بود:

«جدول شماره ۲۶» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سه ساله	جدول اضافه پخش بودجه سه ساله	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۲۰۰	۲۳,۰۰۰,۰۰۰
۲	۱,۲۵۰,۰۰۰	۲۷۰۰	۳۵,۰۰۰,۰۰۰
۳	۱,۵۰۰,۰۰۰	۳۱۰۰	۴۸,۰۰۰,۰۰۰
۴	۲,۵۰۰,۰۰۰	۵۰۰۰	۱۲۷,۵۰۰,۰۰۰
۵	۳,۵۰۰,۰۰۰	۵۵۰۰	۱۹۶,۰۰۰,۰۰۰
۶	۶,۰۰۰,۰۰۰	۶۰۰۰	۳۶۶,۰۰۰,۰۰۰
۷	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۱,۰۱۰,۰۰۰,۰۰۰

- صاحبان کالا و خدمات مشمول طرح فوق، در صورتیکه حداقل ۱۰ درصد کل بودجه را در صدا آگهی پخش کنند می‌توانند در ردیف مورد درخواست از ظرفیت جدول شماره ۲۶ استفاده کنند.
- صاحبان کالا و خدمات مشمول جدول شماره ۲۶ به ازای پخش هر ۱۰,۳۲۰ میلیارد ریال، امکان استفاده از ۱۰,۰۰۰ ثانیه آگهی رایگان را به ترتیب ۵۰٪ تلویزیونی و ۵۰٪ رادیویی خواهند داشت.
- در خصوص آگهی‌های کمتر از ۱۵ ثانیه، ملاک محاسبه همان ۱۵ ثانیه خواهد بود.
- تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.
- این تسهیلات فقط مشمول کالاهای تولید ایران است.

«جدول شماره ۲۷» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در تلویزیون

ردیف	زمان پخش	درصد اضافه
۱	صبحگاهی	۱۲۰
۲	عصرگاهی	۸۰
۳	شامگاهی	۶۰

تبصره ۲۹: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۹ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۲۸» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در تلویزیون

ردیف	زمان پخش	درصد اضافه
۱	صبحگاهی	۹۰
۲	عصرگاهی	۵۰
۳	شامگاهی	۴۰

«جدول شماره ۲۹» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در رادیو

درصد اضافه	زمان پخش	ردیف
۵۰	صبحگاهی	۱
۷۰	عصرگاهی	۲
۶۰	شامگاهی	۳

تبصره ۳۰: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۹ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۰» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در رادیو

درصد اضافه	زمان پخش	ردیف
۳۰	صبحگاهی	۱
۵۰	عصرگاهی	۲
۴۰	شامگاهی	۳

هـ - افزایش بودجه گروه‌ها

در کلیه گروه‌ها ملاک افزایش بودجه، مقایسه بین مبلغ قرارداد و پخش خواهد بود و در صورتی که پخش کمتر از میزان قرارداد باشد، ملاک محاسبه، میزان پخش پس از اجرای تعديلات لازم خواهد بود.

**ماده ۱۲- تسهیلات تشویقی حمایت از اشتغال داخلی گروه سوم که بیش از ۵۱٪ سهام آن‌ها متعلق به بخش خصوصی است:**

حمایت از کالای ایرانی فرصت بسیار مغتنمی برای حمایت و تقویت از سرمایه‌های اجتماعی و تولید ملی است. در تولید ملی علاوه بر توجه به منابع اقتصادی، باید توجه خاص و ویژه‌ای هم به منابع انسانی صورت گیرد زیرا نیروی کار شریف‌ترین، مهم‌ترین و با ارزش‌ترین عامل بین عوامل گوناگون تولید است و هیچ عامل دیگری بدون حضور نیروی انسانی متخصص، خلاق و نوآور، اهداف تولید را محقق نخواهد کرد. حیات بالقوه تولید متضمن توجه جدی به نیروی کار است چرا که نیروی انسانی با انگیزه و حرفه‌ای علاوه بر رشد جوامع، توان تولید کشور را نیز به سطح قابل قبولی می‌رساند که نتیجه آن اقتدار، پیروزی و سرفرازی کشور است.

رسانه ملی طی سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ با سیاست‌گذاری بر پایه این مهم‌ترین عامل، در حمایت از کالای ایرانی نقش‌آفرینی نموده و در ادامه سیاست‌های مذکور، در سال ۱۳۹۹ بسته حمایتی ذیل را اعلام می‌نماید. صاحبان کالای گروه سوم (به استثناء بند د ماده ۱۱) که تولید کننده محصول نهایی برای مصرف کننده نهایی هستند در صورتی که طی سال ۱۳۹۸ (سال پایه) حداکثر تا سقف ۲۰۰ میلیارد ریال به کارکنان خود دستمزد و یا حقوق و مزایا پرداخت نموده باشند، با ارائه فهرست و تایید سازمان تامین اجتماعی مشمول این طرح می‌شوند و می‌توانند برابر پرداخت‌های خود و حداکثر تا سقف ۲۰۰ میلیارد ریال از قرارداد، از تعرفه به نرخ صفر ریال (۱۰۰٪ رایگان) استفاده نمایند.

**تبصره ۳۱:** آن دسته از بنگاه‌های اقتصادی مشمول ماده ۱۲ که در سال ۱۳۹۸ از تسهیلات تشویقی استفاده نموده‌اند، با رعایت ماده ۱۲ و تبصره‌های ذیربط در سال ۱۳۹۹ و احتساب ۵۰ درصد دستمزد یا حقوق و مزایای پرداختی به کارکنان خود، حداکثر تا ۱۰۰ میلیارد ریال مشمول استفاده از ظرفیت مذکور خواهند بود؛

**تبصره ۳۲:** مبنای محاسبه برای آن دسته از صاحبان کالا و خدمات مشمول استفاده از تسهیلات تشویقی که در سال ۹۸ از این طرح استفاده نموده‌اد، میزان پرداخت حقوق و مزایا و دستمزد از ماه بعد از استفاده از تسهیلات تشویقی سال ۹۸ است.

**تبصره ۳۳:** در بسته حمایتی ماده ۱۲ برای گروه‌های هلدینگ (ماده ۱۱)، ظرفیت تشویقی حمایت از رونق تولید برای کل هلدینگ ۲۰۰ میلیارد ریال طبق تعرفه است. شرکت‌های وابسته به گروه برای استفاده از این ظرفیت تشویقی مکلف هستند وضعیت سهام خود را قبل از انعقاد قرارداد مشخص و ارائه نمایند. اداره کل بازرگانی می‌تواند براساس درخواست کتبی گروه، ظرفیت تشویقی را بین هریک از اعضای آن توزیع نماید.

**تبصره ۳۴:** چنانچه شرکتی از ظرفیت تشویقی تبصره ۳۲ استفاده نماید و بعداً مشخص شود جزء گروه هلدینگ بوده، مازاد پخش گروه تعرفه مصرفی طبق مقررات مجموعه ضوابط محاسبه و اخذ خواهد شد.

**تبصره ۳۵:** مبنای محاسبه و تعیین مبلغ تعرفه قرارداد، ارائه لیست حقوق و مزایای پرداختی یک‌ساله مورد تأیید سازمان تأمین اجتماعی منتهی به دوره زمانی پخش تبلیغات است.

**تبصره ۳۶:** مبلغ طبق تعرفه تبلیغات رایگان به صورت ۵۰٪ تلویزیونی و ۵۰٪ رادیویی تقسیم می‌شود.

**تبصره ۳۷:** در صورتی که پرداخت حقوق و مزایای پرسنل صاحب آگهی نسبت به سال پایه (۹۸)، ۵۰٪ افزایش داشته باشد، مبلغ تعرفه قرارداد منعقد نیز ۵۰٪ افزایش خواهد یافت.

**تبصره ۳۸:** به جهت رعایت حقوق مخاطبین و مصرف کنندگان کالای ایرانی، مشمولین طرح مذکور با توجه به رایگان بودن طرح موظفند آگهی‌های خود را مطابق با ضوابط پخش سازمان صدا و سیما و رعایت مسائل کیفی و کمی تهیه و ارائه نمایند.

**تبصره ۳۹:** خودروسازان و بیمه‌های دولتی مشروط به عقد قرارداد حداقل ۱۰۰۰ میلیارد ریالی و در صورت اتمام پخش قرارداد، مشمول استفاده از این تسهیلات خواهند بود.

**تبصره ۴۰:** تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

**تبصره ۴۱:** این تسهیلات فقط مشمول کالاهای تولید در ایران است.

**تبصره ۴۲:** به صاحبان آگهی مشمول این طرح که با اداره کل بازرگانی قرارداد آگهی تلویزیونی (ریالی) منعقد و پخش نمایند، مشروط بر آنکه مشمول اولین حضور یا افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۸ باشند، متناسب با مبلغ قرارداد، علاوه بر مبلغ فوق‌الذکر طبق جدول ذیل تسهیلات تشویقی اعطاء می‌گردد (به استثناء قراردادهای هلدینگ).

(ارقام به ریال)

«جدول شماره ۳۱»

ردیف	از مبلغ	تا مبلغ	درصد افزایش نسبت به	درصد افزایش
------	---------	---------	---------------------	-------------

	سال قبل			
۵	۷۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱
۱۰	۵۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۲
۱۵	۴۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۳
۲۰	۳۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۴
۳۰	۲۰	به بالا	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۵

### ماده ۱۳ - تسهیلات تشویقی برای برند ملی :

صاحبان کالا و خدماتی که در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ از سوی سازمان توسعه تجارت، به عنوان «برند ملی» شناسایی شوند، تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۹ از تسهیلات تشویقی رایگان ۱۰۰۰ ثانیه‌ای برخوردار خواهند شد.

- نحوه تقسیم‌بندی تسهیلات تشویقی براساس ۵۰ درصد در تلویزیون و ۵۰ درصد در رادیو است.
- ملاک محاسبه آگهی‌های کمتر از ۱۵ ثانیه، همان ۱۵ ثانیه است.

«جدول شماره ۳۲» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی برند ملی

درصد اضافه	زمان پخش	ردیف
۱۲۰	صبحگاهی	۱
۸۰	عصرگاهی	۲
۶۰	شامگاهی	۳

تبصره ۴۳: در صورتی که این گروه از صاحبان آگهی بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۹ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۳» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی برند ملی

درصد اضافه	زمان پخش	ردیف
۹۰	صبحگاهی	۱
۵۰	عصرگاهی	۲
۴۰	شامگاهی	۳

«جدول شماره ۳۴» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی برند ملی

درصد اضافه	زمان پخش	ردیف
۵۰	صبحگاهی	۱
۷۰	عصرگاهی	۲
۶۰	شامگاهی	۳

تبصره ۴۴: در صورتی که این گروه از صاحبان آگهی بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۹ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«جدول شماره ۳۵» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی برند ملی

درصد اضافه	زمان پخش	ردیف
۳۰	صبحگاهی	۱
۵۰	عصرگاهی	۲
۴۰	شامگاهی	۳

#### ماده ۱۴- تسهیلات تشویقی طی سال

۱. آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که پخش کلیه قراردادهای منعقد شده خود را تا پایان شهریور ماه ۱۳۹۹ به اتمام رسانند، مشروط بر آنکه قرارداد آنها نقدی بوده، مشمول افزایش بودجه باشند یا اولین حضور خود را در صداوسیما تجربه نمایند و تمام تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند، با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد تا ۱۳۹۹/۱۱/۳۰، در صورت نقدی بودن مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۱۵۰ درصدی و در صورت غیر نقدی بودن مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۸۰ درصدی خواهند بود. در صورت اتمام بودجه، استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

۲. آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که کلیه قراردادهای منعقد شده خود را تا پایان پانزدهم آبان ماه ۱۳۹۹ به اتمام برسانند مشروط بر آنکه قرارداد آنها نقدی بوده، مشمول افزایش بودجه باشند یا اولین حضور خود را در صداوسیما تجربه نمایند و تمام تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند، با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد تا ۱۳۹۹/۱۱/۳۰، در صورت نقدی بودن مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۹۰ درصدی و در صورت غیر نقدی بودن مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۴۰ درصدی خواهند بود. در صورت اتمام بودجه، استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

تبصره ۴۵: برای صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که در سال ۹۷ به هر دلیلی بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده اند ملاک استفاده از این بند افزایش بودجه نسبت به مبلغ قبل از کسر بودجه سال ۹۷ است. در صورتی که بودجه سال ۹۸ بیش از بودجه ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۸ است.

تبصره ۴۶: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانسی که در سال های ۹۷ و ۹۸ در حوزه های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می کنند، با رعایت تبصره شماره ۴۱ و مشروط بر آنکه بودجه سالانه آنها کمتر از ۱۰۰۰ میلیارد ریال نباشد، باید از رشد بودجه سالانه حداقل ۷۰ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم سلولزی این رشد باید حداقل ۵۰ درصد باشد. در صورتی که بودجه سال ۹۸ بیش از بودجه ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۸ و در غیر این صورت، بودجه سال ۹۷ ملاک است.

تبصره ۴۷: برای صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که به هر دلیلی در سال ۹۸ بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده‌اند، شرط بهره‌مندی از ضرایب جداول افزایش بودجه و حضور مستمر، مبلغ قرارداد قبل از تعدیل سال ۱۳۹۸ است.

تبصره ۴۸: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانسی که در حوزه‌های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می‌کنند، با رعایت تبصره شماره ۴۶ مشروط بر آنکه بودجه سالانه آن‌ها کمتر از ۱۰۰۰ میلیارد ریال نباشد، باید از رشد بودجه سالانه حداقل ۷۰ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم سلولزی این رشد باید حداقل ۵۰ درصد باشد.

تبصره ۴۹: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود.

تبصره ۵۰: چنان‌چه پخش اصلی با یک شرکت تبلیغاتی باشد، پخش تشویقی اعطایی هم باید با همان شرکت تبلیغاتی انجام شود (در صورت اعلام عدم طلب کارمزد توسط شرکت تبلیغاتی، تسهیم رایگان بلامانع است).

تبصره ۵۱: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه، فرهنگی آموزشی، کتاب و فیلم سینمایی نمی‌شود.

### ماده ۱۵- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

«جدول شماره ۳۶»

جدول پرداخت گروه یک و دو		
نحوه پرداخت	درصد پرداخت	درصد اضافه پخش
نقدی	۱۰۰	۱۷۰
	۹۰	۷۰
	۶۰	۳۰
	۵۰	۲۰

«جدول شماره ۳۷»

ردیف	جدول پرداخت گروه سوم	
	نحوه پرداخت	درصد اضافه پخش
۱	نقدی ۶ ماهه و بیشتر	۵۰۰
۲	نقدی ۳ ماهه و کمتر از ۶ ماه	۳۰۰
۳	نقدی کمتر از ۳ ماه	۱۲۰
۴	ضمانت نامه‌ای	۷۰

تبصره ۵۲: صاحبان آگهی در همه گروه‌ها که شروع قرارداد آن‌ها فروردین ماه ۱۳۹۹ است، باید حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۲۴ وجه قرارداد نقدی خود را به صورت کامل پرداخت نمایند. ملاک امکان پخش، تایید پرداخت وجوه از سوی امور مالی بازرگانی صداوسیماست.



**تبصره ۵۳:** صاحبان آگهی که مایلند وجه قرارداد خود را به صورت ضمانت‌نامه بانکی پرداخت کنند، می‌توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی ارائه نمایند.

**تبصره ۵۴:** صاحبان آگهی گروه‌های یک و دو در طول سال ۱۳۹۹ می‌توانند در هر یک از رسانه‌ها یک قرارداد نقدی منعقد نمایند.

**تبصره ۵۵:** صاحبان آگهی گروه سه می‌توانند قراردادهای نقدی را به صورت یک‌ماهه، دو ماهه، سه ماهه، شش ماهه و سالانه منعقد نمایند (قراردادهایی که شروع پخش آن‌ها از تاریخ ۱۳۹۹/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۸ شروع نمایند).

**تبصره ۵۶:** به آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۹ مشمول امتیازات تشویقی افزایش بودجه باشند در صورتیکه در طول دوره بیش از یک قرارداد منعقد نمایند، به آخرین قرارداد آن‌ها امتیازات اضافه پخش بودجه و حضور مستمر تعلق می‌گیرد.

#### **ب) صورت حسابی:**

در صورتی که صاحبان کالا و خدمات به دلایل دولتی بودن براساس زمان و موعد پخش، امکان ارائه چک به تاریخ‌های مورد نظر را ندارند، صورت‌حساب با درخواست بالاترین مقام تشخیص و یا معاون اداری و مالی دستگاه مربوط یا ذی‌حساب صاحبان کالا و خدمات صادر می‌گردد و طرف قرارداد موظف است حداکثر ظرف مدت ۷ روز کاری پس از صدور صورت‌حساب، مبلغ آن را به حساب ذکر شده در قرارداد واریز نماید.

**تبصره ۵۷:** صاحبان کالا و خدمات گروه سه در صورت ارائه ضمانت‌نامه بانکی، با تشخیص اداره کل بازرگانی صداوسیما، ظرف مدت ۷ روز کاری پس از صدور صورت‌حساب، امکان پرداخت مبلغ صورت‌حساب صادره را به حساب مندرج در قرارداد دارند.

#### **ج) غیرنقدی:**

مبلغ قرارداد گروه سوم به صورت ماهانه تقسیط و توسط صاحبان آگهی، به حساب ذکر شده در قرارداد واریز خواهد شد. اولین قسط هم‌زمان با شروع قرارداد اخذ و آخرین قسط تا چهار ماه پس از پایان قرارداد دریافت و تسویه می‌شود.

**تبصره ۵۸:** درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس شورای اسلامی برای سال ۱۳۹۹ جداگانه دریافت خواهد شد (مبلغ این مالیات جدا از مبلغ قرارداد دریافت شده و در جدول محاسبات بودجه قرار ندارد).

#### **ماده ۱۶- تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان:**

صاحبان کالا و خدمات گروه سوم که ۱۵ روز قبل از شروع ماه مبارک رمضان تا ۱۵ روز بعد از پایان این ماه جشنواره فروش فوق‌العاده کالا و خدمات داشته باشند (پس از تایید مراجع ذیصلاح) و میزان تخفیف اعلام عمومی شده آنها بین ۱۵ تا ۵۰ درصد باشد، با حفظ اضافه پخش‌های هر قرارداد در هر رسانه تا ۱۳۹۹/۱۱/۳۰، از تسهیلات تشویقی ۸۰ درصدی برخوردار خواهند بود. در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

#### **ماده ۱۷- جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی:**



- ۵-۲-۱-۱- مایع لباسشویی
- ۶-۲-۱-۱- شیشه پاک کن
- ۷-۲-۱-۱- انواع حشره کش

۳-۱-۱-۱- هردو

- ۱-۲-۱-۱- کودک
- ۲-۲-۱-۱- بانوان
- ۳-۲-۱-۱- بزرگسالان
- ۴-۲-۱-۱- تی شو

۲-۱- سلولزی

- ۱-۳-۱-۱- عطر و ادکلن ، خوشبو کننده ها
- ۲-۳-۱-۱- انواع خمیردندان و مسواک
- ۳-۳-۱-۱- انواع کرم و مرطوب کننده ها
- ۴-۳-۱-۱- رنگ مو
- ۵-۳-۱-۱- انواع کرم های زیبایی و لایه بردار

۳-۱- آرایشی

۲- مواد غذایی و آشامیدنی:

- ۱-۱-۲-۱- شیر
- ۲-۱-۲-۱- دوغ
- ۳-۱-۲-۱- آب معدنی
- ۴-۱-۲-۱- آبمیوه (طبیعی ، گازدار و شربت)
- ۵-۱-۲-۱- نوشابه ها و ماءالشعیرها
- ۶-۱-۲-۱- پودر نوشیدنی
- ۷-۱-۲-۱- عرقیات سنتی

۱-۲- نوشیدنی سرد:

- ۱-۲-۲-۱- چای
- ۲-۲-۲-۱- قهوه
- ۳-۲-۲-۱- دمنوشها

۲-۲- نوشیدنی گرم:

- ۱-۳-۲-۱- غلات و سبزیجات و میوه جات
- ۲-۳-۲-۱- پروتئینی حیوانی و گیاهی

- ۲-۳-۳- کنسروجات و کمپوت
- ۲-۳-۴- غذاهای آماده و نیمه آماده
- ۲-۳-۵- انواع خشکبار و ادویه جات و نمک
- ۲-۳-۶- مربا، عسل، شیرینی و شکلات، بیسکوئیت و نبات
- ۲-۳-۷- ترشیجات جامد و مایع و انواع چاشنی‌ها
- ۲-۳-۸- تنقلات
- ۲-۳-۹- انواع روغن‌ها ( جامد - مایع ) و کره
- ۲-۳-۱۰- لبنیات و بستنی

### ۲-۳- مواد غذایی:

- ۳-۱- انواع لوله، شیرآلات و لوازم بهداشتی ساختمان
- ۳-۲- درب و پنجره و انواع پوششهای فلزی
- ۳-۳- انواع سنگ، کاشی، سرامیک و هرنوع پوشش معدنی
- ۳-۴- ابزار و یراق ساختمانی
- ۳-۵- چوب و فرآورده‌های چوبی ساختمان
- ۳-۶- انواع عایق‌های ساختمانی و صنعتی ساختمان
- ۳-۷- انواع تاسیسات ساختمانی الکتریکال و غیر الکتریکال

### ۳- ساختمان و تاسیسات:

- ۴-۱- کالای خواب
- ۴-۲- فرش و موکت و مبلمان و لوستر و وسایل تزئینی منزل
- ۴-۳- صوتی و تصویری و لوازم برقی
- ۴-۴- انواع ظروف شامل چینی، سرامیک، بلور، کریستال و فلزی و پلاستیکی
- ۴-۵- فرش دستباف و صنایع دستی
- ۴-۶- میز و وسایل اداری
- ۴-۷- وسایل و تجهیزات ورزشی منزل و باشگاهی

### ۴- لوازم خانگی و اداری:

### ۵- پوشاک، کیف و کفش و لوازم تزئینی:

- ۵-۱-۱- مردانه
- ۵-۱-۲- زنانه
- ۵-۱-۳- بچه‌گانه

### ۵-۱- پوشاک:

۴-۱-۵- بافندگی و ریسندگی

۵-۱-۵- برند

۱-۲-۵- مردانه }  
۲-۲-۵- زنانه }  
۳-۲-۵- بچه‌گانه }  
۴-۲-۵- ساک و چمدان } **۲-۵- کیف و کفش و کمربند:**

تبصره: چنانچه تبلیغی ۲ قسمت از ۳ قسمت (مردانه، زنانه، بچه‌گانه) را دارا باشد جزء تبلیغات برند طبقه بندی می‌گردد.

### ۶- خودرو و لوازم یدکی ماشین آلات، تجهیزات فنی و تولید و صنایع فلزی

۱-۱-۶- سبک }  
۲-۱-۶- سنگین }  
۳-۱-۶- دوچرخ } **۱-۶- خودرو**  
۱-۳-۱-۶- موتوری }  
۲-۳-۱-۶- غیر موتوری }  
۱-۲-۶- سبک }  
۲-۲-۶- سنگین } **۲-۶- لوازم یدکی:**  
۱-۳-۲-۶- موتوری }  
۲-۳-۲-۶- غیر موتوری }  
۱-۳-۶- کشاورزی و دامپروری }  
۲-۳-۶- صنایع } **۳-۶- ماشین آلات:**  
۱-۴-۶- سبک }  
۲-۴-۶- سنگین } **۴-۶- صنایع فلزی:**

### ۷- فرآورده‌های نفتی - گازی - پتروشیمی شیمیایی و سوخت

۱-۷- بنزین

۲-۷- نفت، گازوئیل، قیر و فرآورده‌های قیری

۳-۷- انواع روان کننده‌ها

۴-۷- گاز مایع، صنعتی، طبیعی

- ۷-۵-۱- انواع چسب  
 ۷-۵-۲- انواع رنگ و رزین و مرکبات چاپ  
 ۷-۵-۳- انواع پاک کننده صنعتی  
 ۷-۵-۴- انواع پوشش و ضدسایش و خوردگی
- ۷-۵- شیمیایی:

- ۷-۶-۱- پالایشگاهها  
 ۷-۶-۲- محصولات
- ۷-۶- پتروشیمی

- ۸-۱- کتب، روزنامه و مجله.....  
 ۸-۲- لوح فشرده  
 ۸-۳- محصولات بسته بندی  
 ۸-۴- کاغذ و لوازم التحریر  
 ۸-۵- صحافی، لیتوگرافی و چاپخانه
- ۸- انتشارات و چاپ و نشر و لوازم التحریر:

- ۹-۱- صنایع داروئی و مکملها  
 ۹-۲- صنایع بیمارستانی  
 ۹-۳- تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی  
 ۹-۴- صنایع دارویی گیاهی
- ۹- حوزه سلامت و درمان:

- ۱۰-۱- هنر  
 ۱۰-۲- عام المنفعه  
 ۱۰-۳- کتب غیر درسی و دینی  
 ۱۰-۴- اسباب بازی، سرگرمی و بازیهای فکری
- ۱۰- گروه فرهنگی:

- ۱۱-۱- تجاری، گردشگری و پذیرایی  
 ۱۱-۲- حمل و نقل

## ۱۱- خدمات:

- ۱۱-۳- آموزشی و کمک آموزشی
- ۱۱-۴- خدمات حوزه آرایشی، بهداشتی-سلامت
- ۱۱-۵- خدمات ساختمان و تاسیسات
- ۱۱-۶- خدمات لوازم خانگی و اداری
- ۱۱-۷- خدمات خودرو سبک و سنگین
- ۱۱-۸- خدمات حوزه نفت-گاز-پتروشیمی-شیمیایی سوخت
- ۱۱-۹- خدمات فناوری و ارتباطات
- ۱۱-۱۰- خدمات مسکن
- ۱۱-۱۱- سایر خدمات

به استثناء موضوع قرارداد ساماندهی و یکپارچه سازی در حوزه خدمات ارزش افزوده و OTT در بستر Broadcast.

### ماده ۱۸- افزایش طبقه هر برنامه:

چنانچه براساس عرضه و تقاضا، میانگین یک بسته آگهی در نیمه اول هر ماه بیش از ۶۰، ۸۰ و یا افزون بر ۱۰۰٪ از حجم آن بسته آگهی باشد، متناسب با حجم اشغالی افزایش طبقه خواهد یافت و هم چنین اگر به ترتیب ۳۰، ۲۰ و ۱۰٪ حجم را اشغال نماید متناسب با حجم اشغال شده، کاهش طبقه داده خواهد شد (منوط به تصویب مدیرکل بازرگانی صدا و سیما) تبصره ۵۹: در موارد خاص، طبقه بنا به تشخیص و تصویب مدیرکل بازرگانی صدا و سیما تعیین و ابلاغ می شود.

### ماده ۱۹- جدول ضرایب ماههای سال:

با توجه به اینکه برنامه های صدا و سیما در برخی از ماههای سال مخاطب بیشتری دارد، ضرایب ماهانه به شرح جدول ذیل در نظر گرفته شده تا نسبت به جدول پایه اعمال شود. این ضرایب کلیه پخش ها اعم از داخلی، خارجی، تحت لیسانس، تولید مشترک و... شامل می شود.

«جدول شماره ۴۰»

ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد
فروردین	۵۰	تیر	۴۰	مهر	۳۵	دی	۵۰
اردیبهشت	۵۰	مرداد	۴۵	آبان	۴۰	بهمن	۵۵

خرداد	۵۰	شهریور	۳۵	آذر	۴۵	اسفند	۶۰
-------	----	--------	----	-----	----	-------	----

## ماده ۲۰- ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون:

«جدول شماره ۴۱»

ردیف	شرح	ضریب
۱	کالای داخلی با نام ایرانی با تعرفه داخلی محاسبه می‌شود.	۱
۲	کالاهایی که تحت لیسانس شرکت‌ها و گروه‌های خارجی در ایران تولید می‌شوند.	۱/۲
۳	کالای ایرانی با نام و نشان تجاری (برند) خارجی	۱/۲
۴	کالای خارجی با نام و نشان تجاری (برند) ایرانی	۱/۵
۵	کالا و خدمات خارجی (آن دسته از محصولاتی که ۱۰۰٪ فرآیند تولید آن در خارج از کشور صورت گرفته باشد و مشابه داخلی ندارد)	۳
۶	کالاهای و خدمات خارجی (آن دسته از محصولاتی که ۱۰۰٪ فرآیند تولید آن‌ها در خارج از کشور انجام شده و مشابه داخلی هم دارد)	۶

تبصره ۶۰: در صورتی که در یک آگهی دو یا چند کالا معرفی شود، ضریب پایه، کالای با تعرفه بالاتر خواهد بود (با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما) و به ازای هر کالا ۵۰ درصد به ضریب کالای پایه اضافه می‌شود.

## ماده ۲۱- انواع آگهی:

الف- مستقیم (تیزر): مدت زمان آگهی کوتاه تبلیغاتی که ویژگی‌های جذاب کالا یا خدماتی را به نمایش می‌گذارد در تلویزیون ۱۲ ثانیه و در رادیو نیز ۱۰ ثانیه تعیین می‌شود و کمتر از آن نیز در تلویزیون همان ۱۲ ثانیه و رادیو ۱۰ ثانیه محاسبه می‌گردد (به استثناء نشان آگهی).

ب- گزارش آگهی (رپرتاژ): آگهی‌هایی که ساختاری مستند داشته و گزارشی از مراحل ساخت و یا تولید و یا ارائه یک خدمت را به تصویر می‌کشند و در آن‌ها نقش‌آفرینی وجود ندارد، گزارش آگهی محسوب می‌شوند. حداقل زمان گزارش آگهی ۷۵ ثانیه و حداکثر آن ۱۰۰ ثانیه است. تشخیص ساختار گزارش آگهی با اداره کل بازرگانی سازمان صداوسیماست. بدیهی است بیش از ۱۰۰ ثانیه در یک رپرتاژ آگهی مبنای محاسبه مازاد ۱۰۰ ثانیه آگهی عادی محاسبه می‌شود.

تبصره ۶۱: با در نظر گرفتن اولویت برای پخش سایر آگهی‌ها در یک بسته آگهی، پخش گزارش آگهی منوط به وجود ظرفیت پخش است.

ج- حک آرم: مدت زمان حک آرم ۱۲ ثانیه است و اندازه کادر آن باید برابر اندازه آرم شبکه باشد. فاصله بین دو پخش برای حک آرم نیز حداقل ۵ دقیقه است.

د- دعوت به تماشا: متناسب با زمان هر برنامه حداکثر سه نوبت و برای هر نوبت حداقل ۱۵ ثانیه است که می‌تواند در یکی از موقعیت‌های قبل، ادامه و انتهای برنامه و یا هر سه موقعیت پخش شود.



ه- زیرنویس: حداقل ۱۵ ثانیه و حداکثر ۳۰ ثانیه است و کمتر از آن نیز ۱۵ ثانیه محاسبه می‌گردد.  
و- نشان آگهی: در ۶ ثانیه‌ی ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی و به تشخیص اداره کل بازرگانی سازمان صداوسیما، نمایش نام و نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی، بدون گفتار، همراه آرم و نشان بازرگانی توأم با موسیقی مصوب شده به صورت روزانه از هر یک از شبکه‌های سیما پخش می‌شود.  
تبصره ۶۲: ارسال سفارش نشان آگهی به منزله پخش در ابتدا یا انتهای تمام بسته‌های آگهی‌های شبکه تعیین شده است.

#### ز- آگهی فروش مستقیم کالا:

- اعتبار هر شناسه تنها برای ۳۰ روز است.
- هر شناسه فقط در یک دوره مجوز پخش داشته و در صورت تمایل صاحب آگهی به پخش با زمان کمتر، امکان اصلاح همان شناسه وجود ندارد و باید تیزر کوتاه جدید دیگری تهیه و ارائه شود.
- صاحب آگهی مجاز به استفاده از صداپیشگان و هنرپیشگان تکراری در شناسه‌های ماهانه خود نیست.

#### ماده ۲۲- نرخ انواع آگهی:

- الف- گزارش آگهی: معادل ۸۰ درصد نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می‌شود
- ب- حک آرم: معادل ۵۰ درصد نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می‌شود
- ج- دعوت به تماشا: نرخ دعوت به تماشای قبل معادل ۲ برابر و بین معادل ۲ برابر قبل و بعد، معادل نرخ طبقه همان برنامه است.
- تبصره ۶۳: برنامه‌های ورزشی مشمول این بند نیست. طبقه برنامه ورزشی، براساس تصویب مدیرکل بازرگانی و در زمان مقرر اعلام خواهد شد.
- د- زیرنویس: نرخ زیرنویس، معادل نرخ قبل از پخش طبقه همان برنامه است.
- ه- بین برنامه: معادل دو برابر نرخ طبقه همان برنامه در رادیو و تلویزیون است.
- و- نشان آگهی: نرخ قراردادهای تلویزیونی، برای شبکه‌های اول و سوم و نسیم و تمام شبکه‌ها در اعیاد و مناسبت‌های خاص و یک روز قبل از آن، یک برابر است. برای شبکه‌های دوم، آی‌فیلم و خبر معادل نرخ همان برنامه است. در شبکه‌های پویا، نمایش و پنج ۵۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. در شبکه‌های مستند، آموزش، ورزش، چهارم، شما، تماشا و جام جم ۳۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. نرخ آرم آگهی مربوط به رخدادهای ورزشی متعاقباً اعلام خواهد شد.
- ز- بعد: نرخ آگهی بعد از برنامه معادل ۸۰ درصد نرخ آگهی قبل از همان برنامه محاسبه می‌شود (مشروط بر آنکه قبل از برنامه بعدی نباشد).
- ح- آگهی اعلام هدایای قرعه‌کشی و برندگان هر دوره طبق جدول ذیل محاسبه و براساس بخشنامه آن انجام خواهد شد.

#### بخشنامه برگزاری مراسم قرعه‌کشی در برنامه‌های مشارکتی

در سال حمایت از کالا و خدمات ایرانی، لزوم توجه به فرهنگ کار و کارگر، با هدف رونق تولید و عرضه محصولات ایرانی و به منظور ایجاد وحدت رویه، جوایز قرعه‌کشی به شرح ذیل ابلاغ می‌شود و ضروری است از سوی صاحبان آگهی رعایت شود.

۱. اهداء جوایز و هدایا از تولیدات شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی صاحب آگهی تا سقف حداکثر نفری ۵۰ میلیون تومان؛
۲. اهداء جوایز و هدایا از محصولات صنایع دستی و فرش دستباف تا سقف نفری ۵۰ میلیون تومان؛
۳. اهداء جوایز و هدایا از محصولات سایر بنگاه‌های اقتصادی تولیدی کشور تا سقف نفری ۳۵ میلیون تومان؛
۴. اهداء جوایز و هدایا با ارائه بسته کمک هزینه خرید کالا و ازدواج تا سقف نفری ۵۰ میلیون تومان؛
۵. اهداء جوایز و هدایا با ارائه بسته‌های بیمه‌نامه عمر (عمر، سلامت و درمان) تا سقف نفری ۲۵ میلیون تومان؛
۶. اهداء جوایز و هدایا بسته سفر و گردشگری داخل کشور نفری ۴ میلیون تومان و خانواده‌ای ۱۵ میلیون تومان؛
۷. اهداء جوایز و هدایا از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای و خرید بسته کالا برای یک دوره یک‌ساله نفری ۲۰ میلیون تومان با شرط خرید محصولات داخلی؛
۸. اهداء جوایز و قرعه‌کشی به صورت نقدی حداکثر ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان.

#### «جدول شماره ۴۳»

ردیف	نوع کالا	هدایای قرعه‌کشی	ضرایب
۱	ایرانی (داخلی)	محصولات کالا و خدمات خود شرکت	۱
۲	ایرانی (داخلی)	ریال و مسکوکات و طلا	۱
۳	ایرانی (داخلی)	کالای ایرانی غیر محصول خود صاحب آگهی	۱/۱
۴	ایرانی (داخلی)	کالای ایرانی تحت لیسانس	۱/۲
۵	ایرانی (داخلی)	کالای خارجی	۱/۹
۶	تحت لیسانس	محصولات و کالا و خدمات خود شرکت	۱/۲
۷	تحت لیسانس	ریال و مسکوکات طلا	۱/۲
۸	تحت لیسانس	کالای غیر محصول خود صاحب آگهی	۱/۳
۹	تحت لیسانس	کالای ایرانی	۱/۲
۱۰	تحت لیسانس	کالای خارجی	۳
۱۱	خارجی	کالای خارجی با مشابه داخلی	۶

تبصره ۶۴: برای صاحبان کالا و خدماتی که هدایای قرعه‌کشی خود را از محصولات، کالاها و خدمات خود تعیین کنند، نرخ آگهی مربوطه مشمول این بند نخواهد بود. در هلدینگ‌ها هدایای قرعه‌کشی فقط مختص کالا و یا خدمات گروه مربوطه است.

در صورتی که هدایای قرعه‌کشی خودرو باشد، نرخ آن به شرح جدول ذیل خواهد بود:

#### «جدول شماره ۴۴»

ردیف	هدایای قرعه‌کشی	ضرایب
۱	خودرو ایرانی	۱/۲
۲	خودرو تحت لیسانس	۲/۵
۳	خودرو خارجی	۶

در صورتی که هدایای قرعه‌کشی هواپیما و یا سفرهای خارجی باشد با ضریب ۶ محاسبه خواهد شد. تبصره ۶۵: صاحبان کالا و خدماتی که متقاضی قرعه‌کشی باشند ملزم به دریافت، تکمیل و قبول شرایط و ضوابط قرعه‌کشی اداره کل بازرگانی هستند.

### ماده ۲۳- ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی‌های بازرگانی:

به منظور ارتقاء سطح کیفی و مهندسی پیام آگهی‌های تبلیغاتی به (کد) شناسه آگهی‌های تبلیغاتی که طبق جدول ذیل، موارد را رعایت کرده باشند درصدی اضافه پخش تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۴۵»

ردیف	موضوع	درصد اضافه پخش
۱	چراغ سلامت سازمان غذا و دارو	۵
۲	استفاده از چهره‌های شرقی بخصوص ایرانی	۱۰
۳	داستانی فرهنگی	۱۵
۴	داستانی آموزشی	۱۵
۵	محیط زیست	۲۰
۶	موضوعات مربوط به مسئولیت اجتماعی صاحبین کالا و خدمات	۲۰
۷	آگاه سازی در خصوص آسیب های اجتماعی	۲۰
۸	احترام به والدین تحکیم بنیان خانواده و به تصویر کشیدن چند فرزندی و یا به تصویر کشیدن چند نسل از یک خانواده	۲۵
۹	پرداختن به آموزه های دینی	۳۰
۱۰	توجه به ارزش و باورها ی دینی	۳۰
۱۱	نمایش سبک زندگی ایرانی، اسلامی	۳۰
۱۲	استفاده از مد لباس‌های محلی، بومی و سنتی ایرانی	۳۰
۱۳	استفاده از حجاب برتر(چادر)	۴۰

تبصره ۶۶: کد آگهی‌هایی با بیش از دو نفر بازیگر، چنان‌چه بیش از ۵۰٪ بازیگران چهره شرقی و بخصوص ایرانی داشته باشند، مشمول ردیف ۱۱ جدول فوق خواهند بود.

تبصره ۶۷: هر یک از صاحبان کالا و خدمات در هر یک از (کد) شناسه‌های آگهی می‌توانند فقط از یک ردیف جدول فوق استفاده نمایند.

#### ماده ۲۴- موقعیت آگهی در بسته:

الف- درصد افزایش موقعیت آگهی در برنامه‌های ورزشی با توجه به زمان پخش توسط اداره کل بازرگانی صداوسیما تعیین می‌شود.

#### «جدول شماره ۴۶»

موقعیت آگهی در بسته	اولین	دومین	سومین	چهارمین	سه تا مانده به آخر	دو تا مانده به آخر	ما قبل آخر	آخرین
درصد افزایش	۳۰	۲۵	۲۰	۱۵	۱۵	۲۰	۲۵	۳۰

ب- در صورت تراکم آگهی در بسته‌ها، از هر صاحب آگهی فقط یک آگهی پذیرش می‌شود.

ج- در صورت تکمیل بودن ظرفیت در بسته‌های آگهی، از هر شناسه آگهی صرفاً یک آگهی پذیرش می‌شود.

#### ماده ۲۵- زمان سفارش آگهی:

الف- سفارشات باید به صورت پذیرش بر خط و هم‌زمان (آنلاین) تحت وب و تا ساعت ۱۸ دو روز قبل از پخش (به جز ایام تعطیل) توسط شرکت همکار ارسال شود.

ب- بسته‌های آگهی جدیدی که به واسطه مسابقات ورزشی و برنامه‌های ویژه جداگانه اعلام می‌شود از ضابطه فوق مستثنی است.

ج- سفارش آگهی‌های تلویزیونی و رادیویی خارج از بسته آگهی پذیرفته نمی‌شود.

تبصره ۶۸: آگهی‌های زمان‌دار مانند نمایشگاه‌ها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه در شرایط مساوی از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردارند.

- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات در کلیه گروه‌ها در تیزرهای خود از المان‌های تصویری خاصی استفاده نمایند مانند پرچم و..... که درج آن در داخل باکس امکان‌پذیر نباشد، نرخ تیزر به نرخ انتها یا ابتدای باکس محاسبه خواهد شد.

#### ماده ۲۶- حذف و جابجایی آگهی‌ها (شامل قراردادها و ظرفیت تشویقی):

الف- حذف آگهی تا ۴ روز کاری قبل از پخش، مشمول جریمه نمی‌شود.

ب- حذف آگهی تا ۳ روز کاری قبل از پخش، مشمول ۱۰ درصد جریمه می‌شود.

ج- حذف آگهی تا ۲ روز کاری قبل از پخش، مشمول ۱۵ درصد جریمه می‌شود.

د- حذف آگهی یک روز کاری قبل از پخش امکان‌پذیر نیست و در موارد خاص، با تأیید مدیرکل بازرگانی و با ۳۰ درصد جریمه انجام می‌شود.

ه- جابجایی آگهی فقط تا ۴۸ ساعت اداری قبل از پخش امکان‌پذیر است (روزهای پنجشنبه حداکثر تا ساعت ۱۲ ظهر).

تبصره ۷۱: حذف آگهی‌هایی که جایجا می‌شوند امکان‌پذیر نیست.

و- در صورت تغییر در برنامه‌های شبکه‌های مختلف، اگر سفارش در طبقه بالاتر پخش شود، صورتحساب معادل طبقه اولیه سفارش صادر خواهد شد. اگر در طبقات پایین‌تر پخش شود، معادل طبقه پخش شده صورتحساب صادر خواهد شد و در صورت تغییر ساعت پخش برنامه، آگهی با همان طبقه سفارش داده شده محاسبه می‌شود.

ز- در صورتی که به جای پخش برنامه‌ای (سریال، فیلم و طنز و...) تکرار همان برنامه پخش شود، سفارشات بسته‌های قبل، بین و بعد با کاهش ۲۰ درصدی نرخ همان طبقه محاسبه می‌شود.

نظر به محدود بودن ظرفیت بسته‌های آگهی و میزان قابل توجه سفارشات ارسالی، به منظور اطلاع‌رسانی دقیق به صاحبان آگهی، درج عنوان لیست انتظار در ستون پایانی پیش‌فاکتورها به معنی تکمیل بودن باکس مورد نظر و در انتظار بودن تیزر مربوط برای پخش خواهد بود. هم‌چنین در صورت جایگزین نمودن سفارشات، وضعیت جدید آنها نیز در لیست انتظار قرار می‌گیرد. لذا، پخش تیزر مربوط منوط به ایجاد ظرفیت خالی در بسته‌ی آگهی مورد تقاضا خواهد بود.

#### ماده ۲۷- قطع پخش آگهی:

الف- قطع پخش آگهی با دستور کتبی مدیرکل بازرگانی صدا و سیما امکان‌پذیر است. حسب مورد، اعلام کتبی قطع پخش آگهی به صاحب آن یا شرکت همکار جز در موارد ذیل ضروری است:

ب- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود در زمان‌های مقرر خودداری نمایند، اداره کل بازرگانی مختار است پخش آگهی‌های تبلیغاتی وی را متوقف نموده و با اجرای تعدیلات لازم نسبت به وصول مطالبات خود از طریق مبادی ذیربط اقدام نماید.

ج- در صورتی که قطع آگهی ناشی از بدهی اشخاص باشد، پس از وصول مطالبات معوقه، پخش مجدد آگهی بلامانع است.  
د- در صورتی که قطع پخش آگهی صاحبان کالا و خدمات ناشی از ممنوعیت‌های حقوقی یا قانونی باشد، اداره کل بازرگانی نسبت به قطع یا تداوم پخش آن تصمیم‌گیری خواهد نمود.

با توجه به حساسیت ویژه رسانه ملی در داخل و خارج از کشور، قطع پخش آگهی در هر زمان مطلقاً در اختیار اداره کل بازرگانی است و صاحبان آگهی و شرکت‌های همکار با آگاهی از این موضوع، قبلاً حق هرگونه ادعا و اعتراض بعدی را در این خصوص از خود سلب و ساقط نموده‌اند.

#### ماده ۲۸- صورت حساب:

صورت حساب آگهی‌های پخش شده به صورت ۱۵ روزه تهیه و به صاحبان آن ارائه می‌گردد. در خصوص آن دسته از قراردادهایی که به صورت سه جانبه منعقد می‌شوند، به منظور اطلاع و پیگیری لازم برای وصول به موقع، صورت حساب‌ها در اختیار شرکت همکار نیز قرار خواهد گرفت.

#### ماده ۲۹- تعدیل:

در صورت عدم پخش کامل قرارداد تا زمان خاتمه آن، در هر نوع قرارداد رادیویی یا تلویزیونی و در تمام گروه‌ها، مدت قرارداد افزایش نیافته و با کسر امتیاز اضافه پخش، متناسب با بودجه هزینه شده از زمان پخش، درصد اضافه پخش بودجه

ماهانه یا سالانه و افزایش بودجه و حضور مستمر و ظرفیت‌های تشویقی احتمالی به نسبت میزان پخش، تعدیل و مفاصا حساب نهایی صادر می‌شود.

**تبصره ۷۰:** قرارداد صاحبان کالا و خدماتی که از هرگونه اضافه پخش تشویقی، افزایش بودجه ماهانه و سالانه و... استفاده نمایند، در صورت عدم پخش کامل تمام قراردادهای، به نسبت پخش هر قرارداد تعدیل خواهد شد.

### ماده ۳۰- فسخ قرارداد:

در صورت فسخ قرارداد، با اعلام کتبی صاحب آگهی و تایید اداره کل بازرگانی و با توجه به مدت باقیمانده قرارداد، با کسر امتیازات متناسب با مبلغ پخش، براساس جدول ضوابط و طبق ماده ۲۹ اقدام خواهد شد.

### ماده ۳۱- رتبه بندی شرکت‌های تبلیغاتی:

در راستای تحقق اهداف و سیاست‌های اجرایی سازمان، اداره کل بازرگانی با رویکردهای زیر اقدام به رتبه‌بندی شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی طرف قرارداد خود نموده است:

۱. افزایش کمی و کیفی آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی که منجر به افزایش رضایت‌مندی مخاطبان رسانه ملی از یک سو و صاحبان کالا و خدمات طرف قرارداد از سوی دیگر شده باشد.
  ۲. با افزایش کمی و کیفی آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی بین صاحبان آگهی رقابت سالم ایجاد شده باشد.
  ۳. افزایش میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی و به تبع آن، تداوم فعالیت آن‌ها.
- پس از اعلام اجرای این طرح به کانون‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی، با استخراج اطلاعات مندرج در فرم‌های ارسالی از سوی آن‌ها و تطبیق این اطلاعات با مستندات ۱۲ سال گذشته‌ی موجود در اداره کل بازرگانی، شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی در ۵ دسته به شرح جدول زیر طبقه‌بندی شدند:

#### «جدول شماره ۴۷»

#### حداکثر مبلغ قرارداد هر صاحب آگهی بر حسب گروه صاحب آگهی

گروه سه	گروه دو	گروه یک	گروه رتبه بندی
نامحدود	نامحدود	نامحدود	رتبه ۱
۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۲
۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۳
۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۴
۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۵

**تبصره ۷۱:** هر شرکت تبلیغاتی با توجه به جایگاه خود در جدول رتبه‌بندی، در سال ۹۹ می‌تواند تا سقف مبلغ تعیین شده از یک صاحب آگهی، تسهیم و یا قرارداد سه طرفه منعقد و آگهی پخش نماید. لازم به ذکر است در صورت رعایت سقف مبلغ هر رتبه، برای شرکت‌ها یا کانون‌های تبلیغاتی از نظر تعداد صاحب آگهی محدودیتی وجود ندارد. به

عنوان نمونه شرکت‌ها و کانون‌های گروه ۵ می‌توانند برای هر یک از صاحبان کالا و خدمات گروه ۳، حداکثر ۳۰ میلیارد ریال تسهیم یا قرارداد منعقد نمایند.

## ماده ۳۲ - کارمزد:

الف- به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکاری که دارای مجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشند و از قبل ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی را پذیرفته و قرارداد همکاری در سال جاری را منعقد و مبادله نموده باشند، کارمزد تعلق می‌گیرد.

ب- برای گروه‌های یک و دو در تلویزیون کارمزد ۱۵ درصد و برای گروه سه ۱۷ درصد است. برای گروه‌های یک و دو در رادیو کارمزد ۲۰ درصد و برای گروه سه ۲۲ درصد است که پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...)، پرداخت خواهد شد.

ج - علاوه بر بند ب ماده ۳۲، به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکاری که صاحبان آگهی آن‌ها طبق بند ب ماده ۶، امتیاز حضور اولین بار یک‌ساله را گرفته‌اند، ۲ درصد و حضور اولین بار سه ساله ۳ درصد و حضور اولین بار پنج ساله ۴ درصد کارمزد محاسبه و پس از کسر کسورات قانونی مانند بیمه - مالیات و... پرداخت خواهد شد.

د- به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکاری که صاحبان آگهی آن‌ها در گروه‌های دوم و سوم افزایش بودجه داشته‌اند، در صورت افزایش ۵۰ درصدی بودجه نسبت به سال گذشته، ۲ درصد، افزایش ۱۰۰ درصدی نسبت به سال گذشته، ۳ درصد و افزایش ۲۰۰ درصدی و بالاتر بودجه نسبت به سال گذشته، ۴ درصد کارمزد علاوه بر کارمزد بند ب ماده ۳۲ و پس از کسر کسورات قانونی بیمه، مالیات و ... پرداخت می‌گردد.

ه- کارمزد در قراردادهای فرهنگی رادیویی و تلویزیونی ۱۰ درصد است که پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه، مالیات و...) پرداخت خواهد شد.

و- نحوه محاسبه کارمزد براساس کمترین مقدار از میزان پخش یا وصولی خواهد بود.

ز- چنانچه تاریخ اعتبار مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شرکت به اتمام برسد، ۱۰۰ درصد کارمزد به حساب بستانکار شرکت منظور می‌شود. طی یک مهلت شش ماهه برای ارائه تأییدیه مجدد از آن وزارتخانه، ۵۰ درصد کارمزد متعلقه پرداخت می‌شود ولی باقیمانده آن صرفاً پس از ارائه مجوز مکتوب وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پرداخت خواهد شد.

ح- به جهت ارتقاء سطح کمی و کیفی آگهی‌های تبلیغاتی و بازرگانی و تحقق اهداف صاحبان کالا و خدمات در حوزه‌های بازاریابی، فروش، آگاهی‌بخشی و ایجاد رشد و تقویت خلاقیت، کانون‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی طرف قرارداد مجازند حداکثر تا سقف ۶۰ درصد کارمزد دریافتی را صرف ارائه خدمات تبلیغاتی به صاحبان کالا و خدمات نمایند.

تبصره ۷۲: در صورت عدم رعایت سقف مندرج در بند «ح» ماده ۳۲، به جهت تحقق اهداف بند فوق، کارمزد متعلقه براساس میزان پخش قرارداد مذکور به نرخ صفر محاسبه می‌شود و همچنین به ازای هر بار عدم رعایت این بند، یک رتبه از رتبه‌بندی شرکت یا کانون تبلیغاتی کسر خواهد شد. تشخیص این امر با اداره کل بازرگانی است و در صورت تکراری که باعث تنزل به رتبه ۵ یا تنزل از رتبه ۵ شود، به مدت یک سال از ادامه همکاری شرکت یا کانون ممانعت بعمل می‌آید.

این مجموعه ضوابط شامل ماده ۳۲ و ۷۲ تبصره است که به استناد ماده ۲۲ اساسنامه و قانون اداره سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و آیین‌نامه‌های شماره ۱۱۰۰/۳۰۱۹ مورخ ۱۳۸۳/۴/۱ و ۲۳۰۰/۳۱۸۵/۱۲۴۰ مورخ ۱۳۸۳/۵/۵ تنظیم و به تصویب ریاست محترم سازمان رسیده است.