



صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران

ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی های  
تلویزیونی و رادیویی

سال ۱۳۹۶

## فهرست عناوین

صفحه	عنوان	ردیف
1	فهرست	1
3	مقدمه	2
4	صاحب آگهی	3
4	شرکت همکار و تعهدات	4
5	انواع قراردادها	5
6	قرارداد فرهنگی	6
6	قراردادهای محتوایی، ارزشی و دینی کتاب و فیلم‌های سینمایی	7
7	امتیاز حضور اولین بار	8
8	اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده	9
8	تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور	10
8	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	11
8	حضور مستمر در رسانه ملی	12
10	اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه	13
14	تسهیلات تشویقی طی سال	14
15	انواع پرداخت قراردادها	15
16	تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان	16
17	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی	17
17	افزایش طبقه هر برنامه	18
18	جدول ضرایب ماه‌های سال	19
18	انواع آگهی	20
20	نرخ انواع آگهی	21
21	ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی‌های بازرگانی	22
22	موقعیت آگهی در بسته	23
22	زمان سفارش آگهی	24
22	حذف و جابجایی آگهی‌ها	25

صفحه	عنوان	ردیف
23	قطع آگهی	26
23	صورتحساب	27
23	تعدیل	28
23	فسخ قرارداد	29
24	کارمزد	30

**مقدمه:**

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش آگهی تبلیغات بازرگانی سال 1396 در راستای سیاست‌های اصل 44 و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی براساس برآورد ظرفیت‌های پیش‌بینی شده با هدف حمایت حداکثری از کار و سرمایه ایرانی برگرفته از رویکرد زیر، تهیه و تدوین شده است.

- تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های اقتصادی مقاومتی
- حمایت از کارآفرینان و به حداکثر رساندن مشارکت واحدهای تولیدی و خدماتی کشور
- حمایت از تولیدکنندگان، صادرکنندگان محصولات و خدمات ایرانی
- حمایت از مخترعین و فعالان دانش بنیان
- 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 دارای اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد.

اداره کل بازرگانی  
سازمان صدا و سیما

## تعاریف

### ماده 1- آگهی تبلیغات بازرگانی:

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

### ماده 2- صاحب آگهی:

به اشخاص حقیقی و یا حقوقی (اعم از بخش دولتی یا خصوصی) گفته می شود 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 شبکه های رادیو و تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می نمایند.

### 1-2: گروه صاحبان آگهی:

**گروه اول:** اپراتورهای تلفن همراه

**گروه دوم:** بانکها و مؤسسات مالی و اعتباری و صندوق های قرض الحسنه

**گروه سوم:** به استثنای گروه یک و دو

### هدینگ گروه اقتصادی برای گروه سوم:

- هدینگ ها به آن دسته از اشخاص حقوقی صاحبان کالا و خدماتی اطلاق می گردد که سهامداران مجموعه گروه ها مطابق قانون تجارت بیش از 50 درصد سهام و سرمایه (که در ثبت شرکت ها به ثبت رسیده است) متعلق به گروه اصلی (مرکزی) باشد. به این دسته از صاحبان کالا جدول بودجه ماهانه به کل گروه تعلق می گیرد لیکن از آنجا که بقیه ظرفیت های تولیدی هر گروه مانند بخش های صنایع دستی و فرش دستبافت، کشاورزی، صنعت و خدمات براساس جدول هدفمندی و سایر بندها تعیین می گردد مبنای تسهیم جدول بر مبنای سقف بودجه هر گروه خواهد بود.

- آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که هدینگ نیستند ولی تنوع محصول یا خدمات داشته باشند براساس میزان بودجه ارائه شده برای هر یک از گروه محصولات از بقیه ظرفیت های تولیدی و سایر بندها تعلق می گیرد.

\* **تبصره 1:** در صورتی که گروه مذکور در سال های بعد از مجموعه هدینگ خارج شوند مبنای محاسبه بودجه ماهانه میزان اعتبار اولیه گروه در سال قبل بوده و ملاک افزایش بودجه سقف گروه هدینگ می باشد.

### ماده 3- شرکت همکار و تعهدات:

شرکت همکار، به شرکت ها و کانون های تبلیغاتی اطلاق می شود که دارای مجوز رسمی تبلیغات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشند و ضمن قبول ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی اقدام به عقد قرارداد همکاری نمایند.

**الف-** هر شرکت همکار که برای صاحب آگهی درخواست عقد قرارداد می نماید، می بایست از صاحب آگهی معرفی نامه سال 1396 ارائه نماید. (در صورت عدم قید مدت اعتبار از سوی صاحب آگهی، معرفی نامه یک ماه معتبر خواهد بود)

**ب-** هیچ گونه وکالت برای نقل و انتقال واگذاری امتیاز کانون مورد قبول نمی باشد. در صورت لزوم بایستی مجوز از طریق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار شود.

ج- هر نوع همکاری برای جذب مشتری در شبکه های معاند ماهواره ای از هر طریق ( اعم از طراحی کمپین تبلیغاتی ، تامین یا تسریع در روند یا فرآیند انتشار در این شبکه ها یا ایجاد تسهیلات برای آن ها ) توسط شرکت و یا کانون تبلیغاتی و اعضاء هیئت مدیره شرکتها ممنوع بوده و موجب فسخ یک طرفه قرارداد خواهد شد .

د- شرکتهای تبلیغاتی که سال گذشته عقد قرارداد همکاری داشته انداما آگهی از صداوسیما پخش ننموده اندو یا حضور نداشته اند. در سال جدید پس از معرفی صاحب آگهی همزمان با قرارداد پخش می توانند قرارداد همکاری نیز منعقد نمایند.

## ماده 4: تعریف قرارداد و شرایط آن:

قرارداد پخش آگهی تعهدی است کتبی که طبق تعرفه های مصوب به صورت دوطرفه که شامل اداره کل بازرگانی و صاحب آگهی و یا به صورت سه طرفه شامل 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 می باشند که ضوابط و مقررات پخش آگهی بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی را پذیرفته باشند.

ب- تمام قراردادهای طبق نمونه هایی که از قبل توسط اداره کل امور حقوقی تهیه شده، منعقد و مبادله می شود.

ج- هر قرارداد بنام یک صاحب آگهی که نام تجاری و نمایندگی رسمی یا مالکیت آن را طبق مدارک رسمی ارائه نماید، منعقد خواهد شد و از پذیرش قراردادهایی که چند صاحب آگهی ائتلاف کرده باشند خودداری می شود.

د- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود برابر تشخیص اداره کل بازرگانی در زمان های مقرر خودداری نمایند اداره کل مزبور از پخش آگهی های تبلیغاتی صاحب آگهی خودداری نمایند و نسبت به وصول مطالبات خود با اجرای تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدامات لازم را مبذول نماید.

ه- امضاء قرارداد می بایست از طرف مقام تشخیص و صاحبان امضای مجاز و ذی سمت مقامات موضع بند 1-2 ضوابط حاضر باشد و برای اشخاص حقوقی عمومی و خصوصی حسب مورد ارائه تصویری از اساسنامه و آخرین روزنامه رسمی که در آن صاحبان امضای مجاز را معرفی نموده باشد الزامی است.

و- در قراردادهای دوطرفه صاحب آگهی می تواند شرکت همکار یا شرکتهای همکار خود را متعاقباً قبل از پخش معرفی نماید.

**\*تبصره 2:** تغییر شرکت همکار در قراردادهای سه طرفه با ارائه تسویه حساب از شرکت همکار قبلی، حداکثر ظرف مدت 15 روز از تاریخ اعلام به اداره کل بازرگانی انجام خواهد شد. قبولی پخش از شرکت همکار جدید بلافاصله صورت می پذیرد در صورت اعتراض شرکت همکار قبلی اداره کل بازرگانی جهت تعیین تکلیف کارمزد باقی مانده و اقدامات اجرایی به عنوان حکم و داور مرضی الطرفین به مسئله رسیدگی خواهد کرد و نظر اداره کل بازرگانی قطعی و لازم الاجرا است.

**\*تبصره 3:** در صورت اجرای تبصره 2 تمامی تعهدات سازمان نسبت به صاحبان آگهی کماکان به قوت خود باقی می باشد.

## ماده 5- انواع قراردادها:

**1-5- قراردادهای تلویزیونی:** در سال جاری به منظور حمایت هرچه بیشتر از صاحبان کالا و خدمات و استفاده حداکثری از ظرفیت ضرایب بودجه ماهانه/سالانه قراردادهای در یک نوع متمرکز می شود لیکن در زمان انتخاب برنامه ها بر اساس سطح طبقات به درخواست صاحبان کالا و خدمات/ شرکتهای تبلیغاتی ضرایب مربوط به قرارداد نوع ب و ج تلویزیونی به ترتیب 100 و 200 درصد اضافه پخش به برنامه انتخابی اعطاء می گردد. این مهم علاوه بر کاهش تعداد قراردادها و همچنین کاهش تعداد اسناد پرداختی ظرفیت بسیار مناسبی را در اختیار صاحبان کالا و خدمات برای گروه های 2 و 3 فراهم می نماید.

**\* تبصره 4:** تعیین طبقات نوع «ب» و «ج» هر ماه توسط اداره کل بازرگانی اعلام خواهد شد.



5-2- قراردادهای رادیویی مطابق با جداول هر گروه منعقد می شود.

5-3- **قرارداد مشارکتی:** قراردادهایی که به موجب آن صاحبان کالا و خدماتی که دارای یکی از قراردادهای فوق الذکر باشند و قصد مشارکت حامی مالی برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را داشته باشند با تفاهم شبکه موردنظر منعقد خواهد شد.

5-4- **قرارداد فرهنگی:**

1- عقد قرارداد پخش آگهی‌های فرهنگی با رعایت مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌ها و در قالب جدول ذیل می-باشد.

### جدول شماره 1

ردیف	محل پخش (زمان پخش)	درصد تخفیف ریالی	اضافه پخش
1	صبحگاهی، عصرگاهی، شامگاهی (24 ساعته)	90	900
2	صبحگاهی (6-12)، شامگاهی (19-24)	85	566
3	عصرگاهی، شامگاهی (ساعت 12-24)	80	400
4	شامگاهی (ساعت 19-24)	75	300

#### صبحگاهی (6-12)، عصرگاهی (12-19)، شامگاهی (ساعت 19-24)

2- تشخیص فرهنگی بودن آگهی به عهده اداره کل بازرگانی خواهد بود.

3- میزان ریالی پخش در بسته اول (صبحگاهی) و بسته دوم (عصرگاهی) و بسته سوم (شامگاهی) توزیعی یکنواخت خواهد داشت.

4- نحوه پرداخت این قراردادها فقط به صورت نقدی می‌باشد.

5- 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 تبلیغات صورت می‌گیرد.

#### 5-5- **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... می‌باشند.

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

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

### جدول شماره 2

ردیف	گروه	درصد تخفیف ریالی	درصد اضافه پخش
1	گروه اول	98	4900
2	گروه دوم	95	1900

- 2- کارمزد به این گونه قراردادها تعلق نمی‌گیرد.
- 3- نحوه پرداخت این قراردادها فقط به صورت نقدی می‌باشد.
- 4- 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 تبلیغات صورت می‌گیرد.

## ماده 6- انواع امتیازهای تشویقی قراردادها:

### الف- اضافه پخش تسریع:

عقد قراردادهای جدید پخش برای سال 1396 از تاریخ 1395/10/11 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 می‌بایست اسناد مالی آن نیز در تاریخ مقرر طبق جدول گروه‌ها تسلیم امور مالی بازرگانی صدا و سیما شود.

اضافه پخش تسریع در گروه اول و دوم و سوم قراردادهایی است که در تاریخ‌های زیر منعقد می‌شود:

### جدول شماره 3

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
100	از 1395/10/11 تا 1395/11/25
70	1395/11/26 تا 1395/12/25
25	1395/12/26 تا 1396/1/31

### ب- امتیاز حضور اولین بار:

برای حمایت از کارآفرینی به صاحبان کالاها و خدماتی که برای اولین بار پس از ارائه ثبت آرم تجاری آگهی اقدام به انعقاد قرارداد جهت پخش نمایند منوط به عدم حضور طبق جدول ذیل اضافه پخش تشویقی در طول سال 1396 به هر تعداد که قرارداد منعقد نمایند تعلق می‌گیرد.

### جدول شماره 4

#### در صد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
70	اولین بار یک ساله 1395/1/1 تا 1395/12/29
150	اولین بار سه ساله 1393/1/1 تا 1395/12/29
250	اولین بار پنج ساله 1391/1/1 تا 1395/12/29





**\*تبصره 5:** نام و نشان تجاری (برند) ضمن افزایش کیفیت، کمیت باعث رونق اقتصادی و کاهش امر واسطه‌گری و تعادل قیمت در بازار به خصوص در نوسانات اقتصادی خواهد شد لذا رسانه ملی در پخش تبلیغات به منظور ارتقاء شاخص‌های فوق‌الذکر نسبت به تقویت آن دسته

از صاحبان کالا و خدماتی که علاوه بر محصولات قبلی خود اقدام به تولید طبقه محصولات و خدمات جدید نمایند به هر یک از شناسه آگهی‌ها براساس جدول شماره (4) درصد اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

**\*تبصره 6:** شاخص تشخیص حضور اولین بار، نام و نشان تجاری (برند) کالا یا خدمات می‌باشد و هرگونه تغییری در نام صاحب آگهی و یا شرکت و یا معاونت‌ها و قسمت‌ها و نمایندگی یا استان‌ها مشمول اعطای این امتیاز نخواهد بود و به هر صاحب آگهی یک امتیاز حضور اولین بار اعطاء می‌شود.

**\*تبصره 7:** به صاحبان کالا و خدماتی که اولین حضور خود در طی سه ماهه آخر سال 1395 در رسانه ملی را تجربه می‌نمایند به انتخاب صاحب کالا و خدمات اضافه پخش تشویقی به حضور اولین بار و یا افزایش بودجه تعلق می‌گیرد.

### ماده 7- اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده:

به منظور اجرای قانون پرداخت مالیات بر ارزش افزوده 10٪ اضافه پخش تشویقی به تمامی صاحبان کالا و خدمات اعطاء می‌شود.

### ماده 8- تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور در راستای اجرای هدفمند و

### هوشمندانه سیاست‌های اصل 44 و نیز اقتصاد مقاومتی:

1-8: به منظور حمایت حداکثری از تولیدکنندگان داخلی و نیز ارائه‌دهندگان خدمات و کمک به توسعه اقتصادی کشور اضافه پخش تشویقی علاوه بر سایر امتیازات به شرح زیر به محصولات اعطاء می‌شود.

جدول شماره 5

درصد اضافه پخش	شرح
200	محصولات دانش بنیان
150	لبنیات مانند: پر، پنیر، ماست و...
120	محصولات کشاورزی و دامی تولید داخل
100	صنایع دستی و فرش دستبافت

### ماده 9- تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر:

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

### جدول شماره 6

درصد اضافه پخش	شرح
30	ارتقاء شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر
30	صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ صادرات
30	صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ تولید
30	صاحبان کالا و خدمات از لحاظ ثبت اختراع
30	صاحبان کالا و خدمات از لحاظ دانش بنیان
30	فن آوری جدید از جمله انرژی خورشیدی موتور سیکلت ها و خودروهایی برقی
30	صاحبان کالا و خدماتی که کارآفرین برتر طی سال 1393 تا 1396 باشند

### ماده 10- امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی:

برای حمایت از صاحبان کالا و خدمات گروه 2 و 3 که سابقه تبلیغات در هر یک از رسانه‌های رادیو یا تلویزیون داشته‌اند اضافه پخش طبق جدول زیر علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد. اگر مشمول تسهیلات تشویقی افزایش بودجه شده باشد 100 درصد جدول و اگر بودجه سال 1395 را حفظ کرده باشند 50 درصد و اگر کاهش بودجه داشته باشند 20٪ جدول ذیل تعلق می‌گیرد .

### جدول شماره 7

اضافه پخش	سالهای حضور
80	یک‌ساله
170	دو‌ساله
200	سه‌ساله
250	چهارساله
300	پنج‌ساله

\* تبصره 8: به ازاء هر سال حضور مستمر بیش از 5 سال 20 درصد اضافه پخش به ازاء هر سال به جدول فوق اضافه می‌شود .

\* تبصره 9: ملاک تعیین افزایش بودجه سال 95 میزان پخش و تعدیل در هر رسانه می باشد .

**ماده 11- اضافه پخش بودجه سالانه، ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات:**  
الف- گروه اول:

جدول شماره 8 (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال 95 تلویزیونی				بودجه سال 96 بودجه سال 95	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
1,700,000	1,300,000	900,000	700,000		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش				500,000	1,820,000	160	700,000
700	450	200	50	900,000	2,700,000	200	900,000
600	420	0	0		7,150,000	450	1,300,000
					15,300,000	800	1,700,000

جدول شماره 9 (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال 95 رادیویی				بودجه سال 96 بودجه سال 95	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
220,000	170,000	120,000	50,000		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش				50,000	125,000	150	50,000
0	380	200	0	120,000	444,000	270	120,000
550	250	0	0		850,000	400	170,000
					1,320,000	500	220,000

\* تبصره 10: در گروه یک برای بودجه‌های سالانه بالاتر از سقف جدول در تلویزیون به ازای هر 50 میلیارد ریال 10٪ و در رادیو به ازای هر 10 میلیارد ریال 20٪ اضافه پخش داده خواهد شد.

ب- گروه دوم:

جدول شماره 10 (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
156,000	140	65,000
468,000	260	130,000
851,000	360	185,000
1,350,000	440	250,000
2,080,000	550	320,000
3,000,000	650	400,000
3,825,000	750	450,000

جدول شماره 11  
(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال 95 تلویزیونی							بودجه سال 96
520,000	400,000	320,000	250,000	185,000	130,000	65,000	
درصد اضافه پخش							بودجه سال 95
0	0	0	0	420	280	80	50,000
0	0	0	420	280	140	0	100,000
0	0	700	400	140	0	0	150,000
0	600	400	100	0	0	0	230,000
700	440	220	0	0	0	0	250,000
600	200	0	0	0	0	0	370,000

جدول شماره 12 (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
21,000	110	10,000
68,000	240	20,000
210,000	500	35,000
375,000	650	50,000
637,500	750	75,000

افزایش بودجه نسبت به سال 95 رادیویی					بودجه سال 96
75,000	50,000	35,000	20,000	10,000	بودجه سال 95
درصد اضافه پخش					
0	550	450	150	0	15,000
800	500	350	0	0	20,000
700	300	100	0	0	30,000
520	0	0	0	0	50,000

**\*تبصره 11:** در گروه دوم بالاتر از سقف جدول سالانه در تلویزیون به ازای هر 10 میلیارد ریال 10٪ و در رادیو هر 5 میلیارد ریال، 20٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

تلویزیون به ازای هر 10 میلیارد ریال 10٪ و در رادیو هر 5 میلیارد ریال، 20٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

**\*تبصره 12:** در کلیه گروه‌ها ملاک افزایش بودجه، مقایسه بین مبلغ قرارداد و پخش خواهد بود که در صورتی که پخش کمتر از میزان قرارداد باشد ملاک محاسبه، میزان پخش پس از اجرای تعدیلات لازم خواهد بود.

## د- گروه سوم:

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

## جدول شماره 13 (ارقام به میلیون ریال)

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال 95 تلویزیونی		جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی		میزان بودجه ماهانه
درصد افزایش پخش تشویقی	درصد افزایش نسبت به سال قبل	جمع پخش	درصد اضافه پخش	
50	15	62/5	25	50
75	25	246/5	45	170
150	45	502/4	57	320
180	70	825	65	500
270	90	1,170	80	650
320	150	1,680	110	800
380	210	2,875	130	1,250
420	300	4,680	160	1,800
540	400	8,100	200	2,700
		17,028	287	4,400
		33,840	370	7,200
		59,400	440	11,000
		93,000	520	15,000
		147,400	570	22,000
		272,000	700	34,000

### جدول شماره 14 (ارقام به میلیون ریال)

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال 95 رادیویی		جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی		میزان بودجه ماهانه
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی	جمع پخش	درصد اضافه پخش	
15	50	65	30	50
25	90	216	80	120
45	170	572	120	260
70	200	1,200	200	400
90	270	2,275	250	650
150	340	6,600	340	1,500
210	400	13,000	420	2,500
300	480	22,320	520	3,600
400	600	40,000	700	5,000
		68,400	850	7,200

**\*تبصره 13:** در گروه سوم برای بودجه‌های بالاتر از سقف جدول ماهانه در تلویزیون به ازای هر 10 میلیارد ریال 40٪ و در رادیو هر سه میلیارد ریال 50٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

**\*تبصره 14:** در صورتی که افزایش بودجه سالانه هر یک از صاحبان کالا و خدمات نسبت به سال قبل رشد بیش از طبقه پیش‌بینی شده در جدول داشته باشند در گروه 3 به ازای هر 100 درصد افزایش بودجه 10٪ اضافه پخش تشویقی در تلویزیون و در رادیو به ازای هر 100٪ افزایش بودجه 20٪ اضافه پخش تشویقی به طبقه ماقبل اعطاء خواهد شد. (در رادیو و تلویزیون حداکثر 5 طبقه افزایش نسبت به آخرین طبقه افزایش بودجه تعلق خواهد گرفت)

**\*تبصره 15:** صاحبان کالا و خدماتی که از هر گونه اضافه پخش تشویقی، افزایش بودجه ماهانه و سالانه و... استفاده می‌نمایند، در صورت عدم پخش کامل تمامی قراردادهای به نسبت پخش هر قرارداد تعدیلات لازم صورت می‌پذیرد.

### ماده 12 - تسهیلات تشویقی طی سال

1- از آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که کلیه قراردادهای منعقدہ خود را تا پایان شهریور ماه 1396 به اتمام برسانند مشروط بر آنکه قرارداد نقدی باشد و مشمول جدول افزایش بودجه شده باشند و یا اولین حضور خود را در صدا و سیما تجربه می‌نمایند و تمامی تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند مشمول استفاده از ظرفیت

تشویقی 120 درصد با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد تا 1396/11/30 خواهند بود در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است .

2- به منظور حضور همه جانبه صاحبان کالا و خدمات آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که شامل بند 1 نیستند و کلیه قراردادهای منعقد خود را تا پایان شهریور ماه 1396 به اتمام برسانند مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی 50 درصد با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد تا 1396/11/30 خواهند بود در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی طول دوره بلامانع است.

\* **تبصره 16:** اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد پخش خواهند شد .

\* **تبصره 17:** چنانچه پخش اصلی با یک شرکت تبلیغاتی باشد پخش تشویقی اعطایی با همان شرکت تبلیغاتی می بایستی انجام شود ( در صورت اعلام عدم طلب کارمزد توسط شرکت تبلیغاتی تسهیم رایگان بلامانع است)

\* **تبصره 18:** این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه، فرهنگی آموزشی و کتاب و فیلم سینمایی نمی شود .

## ماده 13- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

جدول شماره 15

جدول پرداخت گروه یک و دو		
درصد اضافه پخش	درصد پرداخت	نحوه پرداخت
170	100	نقدی
70	90	
30	60	
20	50	

جدول شماره 16

جدول پرداخت گروه سوم	
درصد اضافه پخش	نحوه پرداخت
500	نقدی 6 ماهه و بیشتر
300	نقدی 3 ماهه و کمتر از 6 ماه
120	نقدی کمتر از 3 ماه
70	ضمانت نامه ای



\* **تبصره 19:** صاحبان آگهی همه گروه ها که شروع قرارداد آنها فروردین ماه 1396 است حداکثر تا مورخ 1395/12/24 وجه قرارداد نقدی خود را می‌بایست به صورت کامل پرداخت نمایند، ملاک امکان پخش تایید پرداخت وجوه از سوی امور مالی بازرگانی صدا و سیما می‌باشد.

\* **تبصره 20:** در قراردادهای نقدی (همه گروه‌ها) شروع پخش، پس از واریز وجه به حساب مندرج در قرارداد و ارائه رسید آن و یا ارائه اسناد مالی هم‌زمان با عقد قرارداد حداقل 10 روز قبل از تاریخ پخش امکان‌پذیر خواهد بود.

\* **تبصره 21:** صاحبان آگهی که تمایل به پرداخت وجه به صورت ضمانت‌نامه بانکی دارند، می‌توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی ارائه نمایند.

\* **تبصره 22:** صاحبان آگهی گروه یک و دو می‌توانند در هر یک از رسانه‌ها یک قرارداد نقدی در طول سال 1396 منعقد نمایند.

\* **تبصره 23:** 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 1396/1/1 باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال 1395 شروع نمایند)

\* **تبصره 24:** آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال 1396 مشمول امتیازات تشویقی افزایش بودجه می‌گردند در صورتیکه بیش از یک قرارداد در طول دوره منعقد نمایند امتیازات اضافه پخش بودجه و حضور مستمر به آخرین قرارداد منعقد شده تعلق می‌گیرد.

**ب) صورت حسابی:** در صورتی که صاحبان کالا و خدمات به دلایل دولتی بودن امکان ارائه چک براساس زمان و موعد پخش را به تاریخ آن ندارند با درخواست بالاترین مقام تشخیص و یا معاون اداری و مالی دستگاه مربوطه یا ذی‌حساب صاحبان کالا و خدمات صورت‌حساب صادر می‌گردد و طرف قرارداد موظف است حداکثر به مدت 7 روز پس از صدور صورت‌حساب مبلغ صورت‌حساب صادره را به حساب ذکر شده در قرارداد پرداخت نمایند.

\* **تبصره 25:** صاحبان کالا و خدمات گروه سه در صورت ارائه ضمانت‌نامه بانکی، با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما امکان پرداخت قراردادها (به صورت صورت‌حسابی)، ظرف مدت 10 روز پس از صدور مبلغ صورت‌حساب صادره به حساب مندرج در قرارداد را دارند.

**ج) غیرنقدی:** مبلغ قرارداد گروه 3 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 26:** درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس محترم شورای اسلامی برای سال 1396 جداگانه دریافت خواهد شد (مبلغ مالیات بر ارزش افزوده جدا از مبلغ قرارداد دریافت خواهد شد و در جدول محاسبات بودجه قرار نمی‌گیرد).

## ماده 14- تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان:

صاحبان کالا و خدماتی که 10 روز قبل از شروع ماه مبارک رمضان تا 10 روز بعد از پایان ماه مبارک رمضان جشنواره فروش فوق‌العاده کالا و خدمات را داشته باشند (پس از تایید مراجع ذیصلاح) و میزان تخفیف اعلام شده آنها بین 15 تا 50 درصد به عموم مردم باشد از تسهیلات تشویقی 40 درصد با حفظ اضافه پخش‌های هر قرارداد در هر رسانه تا 1396/11/30 برخوردار خواهند بود در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

## ماده 15- جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی:

جدول ذیل به عنوان تعرفه پایه آگهی برای همه شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی لازم‌الاجرا می‌باشد.

### جدول شماره 17

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های تلویزیونی قبل و ارقام به هزار ریال

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
38500	31	27300	26	18800	21	12000	16	6800	11	3200	6	350	1
41000	32	30000	27	20500	22	13300	17	7700	12	3800	7	600	2
43500	33	31400	28	22100	23	14500	18	8600	13	4500	8	1000	3
46300	34	33500	29	23500	24	15900	19	9800	14	5200	9	1500	4
49100	35	35800	30	25500	25	17600	20	10900	15	6000	10	2200	5

### جدول شماره 18

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های رادیویی قبل و ارقام به هزار ریال

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
16650	21	9950	16	5300	11	2300	6	350	1
18200	22	11000	17	6100	12	2800	7	550	2
20000	23	12350	18	6950	13	3350	8	850	3
22000	24	13750	19	7800	14	3950	9	1200	4
24200	25	15200	20	8850	15	4600	10	1860	5

## ماده 16- افزایش طبقه هر برنامه:

چنانچه بر اساس عرضه و تقاضا میانگین یک بسته آگهی در نیمه اول هر ماه بیش از 60، 75 و یا 90٪ از حجم آن بسته آگهی باشد به ترتیب 1، 2 و 3 طبقه افزایش خواهد یافت و همچنین به ترتیب 30، 20 و 10٪ حجم را اشغال نماید به ترتیب 1، 2 و 3 طبقه کاهش داده خواهد شد. (منوط به تصمیم اداره کل بازرگانی صدا و سیما)

\*تبصره 27: در موارد خاص بنا به تشخیص و تصویب مدیر کل بازرگانی صدا و سیما، طبقه لازم تعیین و ابلاغ می‌شود.

## ماده 17- جدول ضرایب ماه های سال:

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

جدول شماره 19

ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد
فروردین	25%	تیر	35%	مهر	35%	دی	40%
اردیبهشت	30%	مرداد	35%	آبان	35%	بهمن	50%
خرداد	40%	شهریور	40%	آذر	35%	اسفند	60%

## ماده 18- ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون:

جدول شماره 20

ردیف	شرح	ضریب
1	کالای داخلی با نام ایرانی با تعرفه داخلی محاسبه می شود.	1
2	کالاهایی که تحت لیسانس شرکتها و گروه های خارجی در ایران تولید می شوند.	1/2
3	کالای ایرانی با نام و نشان تجاری (برند) خارجی	1/2
4	کالای خارجی با نام و نشان تجاری (برند) ایرانی	1/5
5	کالا و خدمات خارجی (به آن دسته از محصولات اطلاق می شود که 100٪ فرآیند تولید آن در خارج از کشور صورت گرفته باشد).	1/9

**\*تبصره 28:** 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 50 درصد به ضریب کالای پایه اضافه می شود.

## ماده 19- انواع آگهی:

**الف- مستقیم (تیزر):** آگهی کوتاه تبلیغاتی که ویژگی های جذاب کالا و خدماتی را به نمایش می گذارد در تلویزیون 15 ثانیه و در رادیو نیز 10 ثانیه تعیین می شود و کمتر از آن نیز در تلویزیون همان 15 ثانیه و رادیو 10 ثانیه محاسبه می گردد (به استثناء نشان آگهی).

ب- گزارش آگهی (رپر تاژ): به آگهی‌هایی که ساختاری مستند داشته و گزارشی از مراحل ساخت و یا تولید و یا ارائه یک خدمت را به تصویر می‌کشد و در آن نقش‌آفرینی وجود ندارد گزارش آگهی اطلاق می‌شود. حداقل زمان گزارش آگهی 120 ثانیه می‌باشد. تشخیص ساختار گزارش آگهی با اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما است.

\*تبصره 29: گزارش آگهی، در یک بسته آگهی منوط به وجود ظرفیت پخش با در نظر گرفتن اولویت برای پخش سایر آگهی‌ها می‌باشد.

ج- حک آرم: 15 ثانیه می‌باشد و اندازه کادر می‌بایست 1/5 برابر اندازه آرم شبکه بوده و فاصله بین دو پخش برای حک آرم حداقل 5 دقیقه می‌باشد.

د- دعوت به تماشا: متناسب با زمان هر برنامه حداکثر سه نوبت و برای هر نوبت حداقل 15 ثانیه می‌باشد که می‌تواند در یکی از موقعیت‌های قبل، ادامه و انتهای برنامه و یا هر سه موقعیت پخش شود.

ه- زیرنویس: حداقل 15 ثانیه و حداکثر 20 ثانیه و کمتر از آن نیز 15 ثانیه محاسبه می‌گردد.

و- نشان آگهی: نمایش نام و نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی، بدون گفتار، همراه آرم و نشان بازرگانی توأم با موسیقی مصوب شده در 6 ثانیه ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی به تشخیص اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما، به صورت روزانه از هر یک از شبکه‌های سیما پخش می‌شود.

\*تبصره 30: ارسال سفارش به منزله پخش در ابتدا یا انتهای کلیه بسته آگهی‌های شبکه تعیین شده می‌باشد.

ز- آگهی فروش مستقیم کالا:

### جدول شماره 21

تعداد پخش هر شبکه	حداکثر زمان آگهی (ثانیه)	تعداد نوبت پخش در ماه
6	120	150
10	75	200
20	45	300

1- قیمت آگهی‌ها براساس نرخ تیزر محاسبه خواهد شد.

2- اعتبار هر شناسه تنها برای 30 روز می‌باشد.

3- هر شناسه فقط در یک دوره مجوز پخش داشته و در صورت تمایل صاحب آگهی به پخش با زمان کمتر مجاز به اصلاح همان شناسه نبوده و می‌بایست اقدام به تهیه تیزر کوتاه جدید نماید.

4- صاحب آگهی مجاز به استفاده از صدای پیشگان و هنرپیشگان تکراری در شناسه‌های ماهانه خود نمی‌باشد.



## ماده 20- نرخ انواع آگهی:

الف- گزارش آگهی: معادل 70٪ نرخ طبقه همان برنامه.

ب- حک آرم: معادل 25٪ نرخ طبقه همان برنامه

ج- دعوت به تماشا: نرخ دعوت به تماشا قبل معادل 2 برابر و بین معادل 2 برابر قبل و بعد معادل 80٪ نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می‌شود.

\*تبصره 31: برنامه‌های ورزشی مشمول این بند نمی‌باشند. در زمان اعلام طبقه هر برنامه ورزشی اعلام خواهد شد.

د- زیرنویس: نرخ زیرنویس معادل (قبل) نرخ طبقه همان برنامه.

ه- بین برنامه: معادل دو برابر نرخ طبقه همان برنامه در تلویزیون و نرخ آگهی بین برنامه رادیویی معادل قبل می‌باشد.

و- نشان آگهی متناسب با سقف طبقات قرارداد از محل قراردادهای تلویزیونی معادل شبکه های اول و سوم و کلیه شبکه‌ها در اعیاد و مناسبت‌های خاص و یک روز قبل از آن 1/5 برابر می‌باشد. شبکه های دوم، نسیم و خبر 75 درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. شبکه‌های پویا، نمایش، پنج و آی فیلم 40 درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. شبکه های مستند، آموزش، ورزش، چهارم، تهران HD و جام جم 20 درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. نرخ آرم آگهی مربوط به رخدادهای ورزشی متعاقباً اعلام خواهد شد.

ز- بعد: نرخ آگهی بعد معادل 80٪ قبل همان برنامه محاسبه می‌شود. (مشروط بر آنکه قبل از برنامه بعدی نباشد).

ک- آگهی اعلام هدایای قرعه کشی و برندگان هر دوره طبق جدول ذیل محاسبه خواهد شد.

### جدول شماره 22

ردیف	نوع کالا	هدایای قرعه‌کشی	ضرایب
1	ایرانی (داخلی)	محصولات کالا و خدمات خود شرکت	1
2	ایرانی (داخلی)	ریال و مسکوکات و طلا	1
3	ایرانی (داخلی)	کالای ایرانی غیر محصول خود صاحب آگهی	1/1
4	ایرانی (داخلی)	کالای ایرانی تحت لیسانس	1/2
5	ایرانی (داخلی)	کالای خارجی	1/9
6	تحت لیسانس	محصولات و کالا و خدمات خود شرکت	1/2
7	تحت لیسانس	ریال و مسکوکات طلا	1/2
8	تحت لیسانس	کالای غیر محصول خود صاحب آگهی	1/3
9	تحت لیسانس	کالای ایرانی	1/2
10	تحت لیسانس	کالای خارجی	1/9

\*تبصره 33: صاحبان کالا و خدماتی که هدایای قرعه‌کشی خود را از محصولات، کالا 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 می‌باشد.

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

## جدول شماره 23

ضرایب	هدایای قرعه کشی	ردیف
1/2	خودرو ایرانی	1
1/8	خودرو تحت لیسانس	2
2/5	خودرو خارجی	3

در صورتی که هدایای قرعه کشی هواپیما و یا سفرهای خارجی باشد با ضریب  $1/9$  محاسبه خواهد شد.

\* **تبصره 34:** صاحبان کالا و خدماتی که متقاضی قرعه کشی می باشند ملزم به دریافت، تکمیل و قبول شرایط و ضوابط قرعه کشی اداره کل بازرگانی می باشند.

### ماده 21- ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی های بازرگانی:

به منظور ارتقاء کیفی و مهندسی پیام در حوزه های فرهنگی و آموزش در آگهی های تبلیغاتی:

1- آگهی هایی که دارای ساختاری داستانی باشد مشروط بر اینکه حداکثر با زمان 60 ثانیه در طبقات ب و ج پذیرش شوند 40 ثانیه محاسبه خواهد شد در طبقات الف همان 60 ثانیه محسوب می شود.

2- صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی های تبلیغاتی خود احترام به والدین ، تحکیم بنیاد خانواده و یا ارتقای سطح سلامت جامعه می پردازند. مشروط بر آنکه آگهی های آنان کمتر از 30 ثانیه نباشد و در طبقات ب و ج پذیرش شوند، آگهی های آنها 5 ثانیه کمتر محاسبه خواهد شد در غیر اینصورت مشروط به رعایت 60 ثانیه 20 ثانیه آگهی رایگان به شناسه آگهی تعلق می گیرد.

3- محیط زیست: صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی های تبلیغاتی خود توجه به محیط زیست را تبلیغ نمایند، مشروط به پذیرش در طبقات ب و ج با رعایت 60 ثانیه، 20 ثانیه رایگان به شناسه آگهی تعلق می گیرد.

4- بیمه ها: در صورتیکه هر یک از شناسه آگهی بیمه های اختیاری مانند عمر و... را تبلیغ نمایند، مشروط بر رعایت 60 ثانیه، شناسه آگهی مربوطه 20 ثانیه کمتر محاسبه خواهد شد.

5- صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی های تبلیغاتی خود چراغ سلامت مصوب سازمان غذا و دارو را تبلیغ نمایند، مشروط بر آنکه کد شناسه آگهی آنها کمتر از 40 ثانیه نباشد، 5 ثانیه آگهی رایگان به شناسه آگهی مربوطه تعلق می گیرد.

\* **تبصره 32:** هر یک از صاحبان کالا و خدمات در هر یک از کد شناسه های آگهی فقط از یک بند ماده فوق می توانند استفاده نمایند.



## ماده 22- موقعیت آگهی در بسته:

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

### جدول شماره 23

موقعیت آگهی در بسته	اولین	دومین	سومین	چهارمین	سه تا مانده به آخر	دو تا مانده به آخر	ما قبل آخر	آخرین
درصد افزایش	30	25	20	15	15	20	25	30

ب- در صورت تراکم آگهی در بسته‌ها از هر صاحب آگهی یک آگهی پذیرش می‌شود.  
ج- از هر شناسه آگهی در صورت تکمیل بودن ظرفیت در بسته‌های آگهی صرفاً یک آگهی پذیرش می‌شود.

## ماده 23- زمان سفارش آگهی:

الف- ارسال سفارشات به صورت پذیرش بر خط و هم‌زمان (آنلاین) تحت وب تا ساعت 18 دو روز قبل از پخش (به جز ایام تعطیل) توسط شرکت همکار صورت می‌گیرد.

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

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

\***تبصره 35:** آگهی‌های زمان‌دار مانند نمایشگاه‌ها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردار می‌شوند. (در شرایط مساوی)

- در صورتیکه صاحبان کالا و خدمات در کلیه گروه هادر تیزرهای خود از امان‌های تصویری خاصی استفاده نمایند (پرچم و.....) و امکان درج آن در داخل باکس میسور نباشد نرخ تیزر به نرخ آخرین یا اولین باکس محاسبه خواهد شد.

## ماده 24- حذف و جابجایی آگهی‌ها (شامل قراردادها و ظرفیت تشویقی):

الف- حذف آگهی تا 4 روز کاری قبل از پخش مشمول جریمه نمی‌شود.

ب- حذف آگهی تا 3 روز کاری قبل از پخش مشمول 10٪ جریمه می‌شود.

ج- حذف آگهی تا 2 روز کاری قبل از پخش مشمول 15٪ جریمه می‌شود.

د- حذف آگهی تا یک روز کاری قبل از پخش امکان‌پذیر نمی‌باشد. در موارد خاص با تایید مدیر کل بازرگانی و با 30٪ جریمه انجام می‌شود.

ه- جابجایی آگهی فقط تا 48 ساعت اداری از پخش امکان‌پذیر می‌باشد. (روزهای پنجشنبه تا ساعت 12 ظهر اقدام می‌شود)

**\*تبصره 36:** آگهی‌هایی که جابجا می‌شود امکان حذف ندارد.

و- در صورتی که تغییری در برنامه‌های شبکه‌های مختلف داده شود اگر سفارش در طبقه بالاتر پخش شود صورتحساب معادل طبقه سفارش اولیه صادر خواهد شد اگر در طبقات پایین‌تر پخش شود معادل طبقه پخش شده صورتحساب صادر خواهد شد و لازم به ذکر است 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 برنامه مذکور پخش شود سفارشات بسته‌های قبل، بین و بعد با کاهش 40٪ نرخ همان طبقه محاسبه می‌شود.

## ماده 25- قطع آگهی:

الف- قطع آگهی با صدور دستور کتبی مدیر کل بازرگانی صدا و سیما امکان‌پذیر می‌باشد. همچنین اعلام مکتوب به صاحب آگهی یا شرکت همکار حسب مورد به جز بند ذیل ضروری است. با توجه به حساسیت ویژه رسانه ملی در داخل و خارج از کشور، قطع آگهی در هر زمان از اختیارات مطلق اداره کل بازرگانی بوده و صاحب آگهی و شرکت همکار با آگاهی از این موضوع حق هرگونه ادعا و اعتراض بعدی را در این خصوص از خود سلب و ساقط نموده‌اند.

ب- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود در زمان‌های مقرر خودداری نمایند، اداره کل بازرگانی مختار است نسبت به عدم پخش آگهی‌های تبلیغاتی اقدام نماید و نسبت به وصول مطالبات خود با اجرای تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدامات لازم را مبذول 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 صاحبان کالا و خدمات ممنوعیت پخش حقوقی و یا قانونی داشته باشند، اداره کل بازرگانی نسبت به آن تصمیم‌گیری خواهد نمود.

## ماده 26- صورت حساب:

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

## ماده 27- تعدیل:

در صورت عدم پخش کامل تا پایان زمان قرارداد در هر نوع قرارداد رادیویی یا تلویزیونی در تمامی گروه‌ها مدت قرارداد افزایش نمی‌یابد 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.

## ماده 28- فسخ قرارداد:

در صورت فسخ قرارداد، با اعلام کتبی صاحب آگهی و تایید اداره کل بازرگانی با توجه به مدت باقیمانده قرارداد، با کسر امتیازات قرارداد متناسب با مبلغ پخش، براساس جدول ضوابط و طبق ماده (27) اقدام خواهد شد.





## ماده 29- کارمزد:

- الف-** کارمزد به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکار که دارای مجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشند و از قبل ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی را پذیرفته و قرارداد همکاری سال جاری را منعقد و مبادله نموده باشند تعلق می‌گیرد.
- ب-** کارمزد در تلویزیون برای گروه‌های یک و دو 15 درصد و برای گروه سه 17 درصد و در رادیو برای گروه‌های یک و دو 20 درصد و برای گروه سه 22 درصد پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...) پرداخت خواهد شد.
- ج -** به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکار که صاحبان آگهی آنها امتیاز حضور اولین بار یک‌ساله طبق بند ب ماده 6 گرفته‌اند 2 درصد و حضور اولین بار سه ساله طبق بند ب ماده 6 گرفته‌اند 3 درصد و حضور اولین بار پنج ساله طبق بند ب ماده 6 گرفته‌اند 4 درصد علاوه بر بند ب ماده 28 پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...) پرداخت خواهد شد.
- \*تبصره 37:** به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکار که صاحبان آگهی در گروه 2 و 3 افزایش بودجه داشته‌اند در صورت افزایش 50 درصدی بودجه نسبت به سال گذشته 2٪ در صورت افزایش 100 درصدی بودجه نسبت به سال گذشته 3٪ کارمزد و در صورت افزایش 200 درصدی و بالاتر بودجه نسبت به سال گذشته 4٪ کارمزد علاوه بر کارمزد بند (ب) ذکر شده پس از کسر کسورات قانونی (بیمه، مالیات) پرداخت می‌گردد.
- د-** در قراردادهای دو طرفه که صاحبان آگهی بدون معرفی شرکت همکار اقدام به پخش آگهی نمایند پس از پخش هیچ‌گونه تسهیم و کارمزدی به آن‌ها تعلق نمی‌گیرد.
- ه-** نحوه محاسبه کارمزد براساس کمترین مقدار از میزان پخش و یا وصولی، خواهد بود.
- و-** چنانچه تاریخ اعتبار مجوز وزارت ارشاد اسلامی شرکت به اتمام برسد 100٪ کارمزد به حساب بستانکار شرکت منظور و فقط از تاریخ صدور تأییدیه مکتوب از وزارت ارشاد اسلامی 50٪ کارمزد متعلقه تا 6 ماه پرداخت می‌شود و باقیمانده کارمزد پس از ارائه مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پرداخت خواهد شد.

این مجموعه ضوابط شامل ماده 29 و 37 تبصره می‌باشد که به استناد ماده 22 اساسنامه و قانون اداره سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و آیین‌نامه‌های شماره 1100/3019 تاریخ 1383/4/1 و 2300/3185/1240 تاریخ 1383/5/5 تنظیم و به تصویب ریاست محترم سازمان رسیده است.

**badk@beh**  
Full Service Advertising Agency

آژانس تبلیغاتی تمام خدمت بادکوبه