

فهرست عناوین

ردیف	عنوان	صفحه
۱	فهرست	۱
۲	مقدمه	۳
۳	صاحب آگهی	۴
۴	شرکت همکار و تعهدات	۴
۵	انواع قراردادهای	۵
۶	قرارداد فرهنگی	۶
۷	قراردادهای محتوایی، ارزشی و دینی کتاب و فیلمهای سینمایی	۶
۸	امتیاز حضور اولین بار	۷
۹	اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده	۸
۱۰	تسهیلات بخشهای تولیدی و خدماتی کشور	۸
۱۱	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	۸
۱۲	حضور مستمر در رسانه ملی	۸
۱۳	اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه	۱۰
۱۴	تسهیلات تشویقی طی سال	۱۴
۱۵	انواع پرداخت قراردادهای	۱۵
۱۶	تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان	۱۶
۱۷	جدول نرخ پایه آگهی در شبکههای رادیویی و تلویزیونی	۱۷
۱۸	افزایش طبقه هر برنامه	۱۷
۱۹	جدول ضرایب ماههای سال	۱۸
۲۰	انواع آگهی	۱۸
۲۱	نرخ انواع آگهی	۲۰
۲۲	ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهیهای بازرگانی	۲۱
۲۳	موقعیت آگهی در بسته	۲۲
۲۴	زمان سفارش آگهی	۲۲
۲۵	حذف و جابجایی آگهیها	۲۲

صفحه	عنوان	ردیف
۲۳	قطع آگهی	۲۶
۲۳	صورتحساب	۲۷
۲۳	تعدیل	۲۸
۲۳	فسخ قرارداد	۲۹
۲۴	کارمزد	۳۰

مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش آگهی تبلیغات بازرگانی سال ۱۳۹۶ در راستای سیاست‌های اصل ۴۴ 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.

- نلمین 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 ۱- 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 ۲- 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.

۱-۲: گروه صاحبان آگهی:

گروه اول: اپراتورهای تلفن همراه

گروه دوم: بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری و صندوق های قرض الحسنه

گروه سوم: به استثنای گروه یک و دو

هلدینگ گروه اقتصادی برای گروه سوم:

- هلدینگ ها به آن دسته از اشخاص حقوقی صاحبان کالا و خدماتی اطلاق می گردد که سهامداران مجموعه گروه ها مطابق قانون تجارت بیش از ۵۰ 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، کش اورزی، 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 هلدینگ 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 ۱: در صورتی که گروه مذکور در سال های بعد از مجموعه هلدینگ خارج شوند مبنای محاسبه بودجه ماهانه میزان اعتبار اولیه گروه در سال قبل بوده و ملاک افزایش بودجه سقف گروه هلدینگ می باشد.

ماده ۳- 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 ۱۳۹۶ 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 شرکتهای ممنوع بوده و موجب فسخ یک طرفه قرارداد خواهد شد .

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

ماده ۴: 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 ۱-۲ 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 شرکت های همکار خود را متعاقباً 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 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 ۳: در صورت اجرای تبصره ۲ تمامی تعهدات سازمان نسبت به صاحبان آگهی کماکان به قوت خود باقی می‌باشد.

ماده ۵- انواع قراردادها:

۵-۱- قراردادهای تلویزیونی: 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 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 ۱۰۰ و ۲۰۰ درصد اضافه پخش به برنامه انتخابی اعطاء می‌گردد. 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 ۳ و ۲ فراهم می‌نماید.

* تبصره ۴: تعیین طبقات نوع «ب» و «ج» هر ماه توسط اداره کل بازرگانی اعلام خواهد شد.

۵-۲- قراردادهای رادیویی مطابق با جداول هر گروه منعقد می‌شود.

۵-۳- قرارداد مشارکتی: قراردادهایی که به موجب آن صاحبان کالا و خدماتی که دارای یکی از قراردادهای فوق - الذکر باشند و قصد مشارکت حامی مالی برنامه های رادیویی و تلویزیونی را داشته باشند با تفاهم شبکه موردنظر منعقد خواهد شد.

۵-۴- قرارداد فرهنگی:

۱- عقد قرارداد پخش آگهی های فرهنگی با رعایت مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی ها و در قالب جدول ذیل می‌باشد.

جدول شماره ۱

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

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

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

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

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

- ۵- زمان و شبکه های تلویزیونی و رادیویی براساس ظرفیت های ارائه شده از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و سفارش توسط صاحبان کالا و خدمات و یا شرکت تبلیغات صورت می گیرد.
- ۵-۵- قرارداد محتوایی ارزشی و دینی کتاب و فیلم های سینمایی:
- گروه اول: تولیدات محتوایی ارزشی و دینی شامل: کتاب و فیلم های ارزشی مانند دفاع مقدس - انقلاب اسلامی - خانواده - کودک و... می باشند.
- گروه دوم: سایر تولیدات محتوایی فیلم و کتاب را مشمول می شود.
- ۱- عقد قراردادهای ارزشی و دینی دو گروه با رعایت مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی ها در قالب جدول ذیل می باشد.

جدول شماره ۲

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

- ۲- کارمزد به این گونه قراردادها تعلق نمی گیرد.
- ۳- نحوه پرداخت این قراردادها فقط به صورت نقدی می باشد.
- ۴- زمان و شبکه های تلویزیونی و رادیویی براساس ظرفیت های ارائه شده از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و سفارش توسط صاحبان کالا و خدمات و یا شرکت تبلیغاتی صورت می گیرد.

ماده ۶- انواع امتیازهای تشویقی قراردادها:

الف- اضافه پخش تسریع:

عقد قراردادهای جدید پخش برای سال ۱۳۹۶ از تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۱۱ آغاز می شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه ریزی دقیق در تنظیم و انعقاد قرارداد به تفکیک گروه های صاحبان کالا و خدمات امتیاز پخش تسریع تعلق خواهد گرفت. ملاک حفظ اضافه پخش تسریع فقط اخذ قرارداد نیست بلکه می بایست اسناد مالی آن نیز در تاریخ مقرر طبق جدول گروهها تسلیم امور مالی بازرگانی صدا و سیما شود.

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

جدول شماره ۳

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
۱۰۰	از ۱۳۹۵/۱۰/۱۱ تا ۱۳۹۵/۱۱/۲۵
۷۰	۱۳۹۵/۱۲/۲۵ تا ۱۳۹۵/۱۱/۲۶

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 ۱۳۹۶ به هر تعداد که قرارداد منعقد نمایند تعلق می‌گیرد.

جدول شماره ۴**در صد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی**

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح	
۷۰	۱۳۹۵/۱۲/۳۰ تا ۱۳۹۵/۱/۱	اولین بار یک ساله
۱۵۰	۱۳۹۵/۱۲/۳۰ تا ۱۳۹۳/۱/۱	اولین بار سه ساله
۲۵۰	۱۳۹۵/۱۲/۳۰ تا ۱۳۹۱/۱/۱	اولین بار پنج ساله

***تبصره ۵:** 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 (۴) درصد اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

***تبصره ۶:** 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 ۷:** به صاحبان کالا و خدماتی که اولین حضور خود در طی سه ماهه آخر سال ۱۳۹۵ 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 ۷- اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده:

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

ماده ۸- تسهیلات بخش های تولیدی و خدماتی کشور در راستای اجرای هدفمند و هوشمندانه سیاست های اصل ۴۴ و نیز اقتصاد مقاومتی:

۸-۱: به منظور حمایت حداکثری از تولیدکنندگان داخلی و نیز ارائه دهندگان خدمات و کمک به توسعه اقتصادی کشور اضافه پخش تشویقی علاوه بر سایر امتیازات به شرح زیر به محصولات اعطاء می شود.

جدول شماره ۵

درصد اضافه پخش	شرح
۲۰۰	محصولات دانش بنیان
۱۵۰	لبنیات مانند: شیر، پنیر، ماست و ...
۱۲۰	محصولات کشاورزی و دامی تولید داخل
۱۰۰	صنایع دستی و فرش دستبافت

ماده ۹- 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 می نمایند و نیز ترغیب تولیدکنندگان داخلی به شرح ذیل به گروه های دو و سه پس از ارائه مدارک مثبت مربوطه اضافه پخش اعطاء می شود.

جدول شماره ۶

درصد اضافه پخش	شرح
۳۰	ارتقاء شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر
۳۰	صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ صادرات
۳۰	صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ تولید
۳۰	صاحبان کالا و خدمات از لحاظ ثبت اختراع
۳۰	صاحبان کالا و خدمات از لحاظ دانش بنیان

۳۰	فن آوری جدید از جمله انرژی خورشیدی موتور سیکلت ها و خودروهای برقی
۳۰	صاحبان کالا و خدماتی که کارآفرین برتر طی سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ باشند

ماده ۱۰- امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی:

برای حمایت از صاحبان کالا و خدمات گروه ۳ و ۲ که سابقه تبلیغات در هر یک از رسانه های رادیو یا تلویزیون داشته اند اضافه پخش طبق جدول زیر علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد. اگر مشمول تسهیلات تشویقی افزایش بودجه شده باشد ۱۰۰ درصد جدول و اگر بودجه سال ۱۳۹۵ را حفظ کرده باشند ۵۰ درصد و اگر کاهش بودجه داشته باشند ۲۰٪ جدول ذیل تعلق می گیرد .

جدول شماره ۷

اضافه پخش	سالهای حضور
۸۰	یک ساله
۱۷۰	دو ساله
۲۰۰	سه ساله
۲۵۰	چهار ساله
۳۰۰	پنج ساله

* تبصره ۸ : به ازاء هر سال 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 ۹۵ میزان پخش و تعدیل در هر رسانه می باشد .

ماده ۱۱- اضافه پخش بودجه سالانه، ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه های صاحبان کالا و خدمات:

الف- گروه اول:

جدول شماره ۸ (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱,۸۲۰,۰۰۰	۱۶۰	۷۰۰,۰۰۰
۲,۷۰۰,۰۰۰	۲۰۰	۹۰۰,۰۰۰
۷,۱۵۰,۰۰۰	۴۵۰	۱,۳۰۰,۰۰۰
۱۵,۳۰۰,۰۰۰	۸۰۰	۱,۷۰۰,۰۰۰

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۵ تلویزیونی				بودجه سال ۹۶
۱.۷۰۰.۰۰۰	۱.۳۰۰.۰۰۰	۹۰۰.۰۰۰	۷۰۰.۰۰۰	
درصد اضافه پخش				سال ۹۵
۷۰۰	۴۵۰	۲۰۰	۵۰	۵۰۰,۰۰۰
۶۰۰	۴۲۰	۰	۰	۹۰۰,۰۰۰

جدول شماره ۹ (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۵ رادیویی				بودجه سال ۹۶	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
۲۲۰.۰۰۰	۱۷۰.۰۰	۱۲۰.۰۰	۵۰.۰۰۰		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش				بودجه سال ۹۵	۱۲۵,۰۰۰	۱۵۰	۵۰,۰۰۰
-	۳۸۰	۲۰۰	۰	۵۰,۰۰۰	۴۴۴.۰۰۰	۲۷۰	۱۲۰.۰۰۰
۵۵۰	۲۵۰	۰	۰	۱۲۰,۰۰۰	۸۵۰.۰۰۰	۴۰۰	۱۷۰.۰۰۰
					۱.۳۲۰.۰۰۰	۵۰۰	۲۲۰.۰۰۰

*تبصره ۱۰: در گروه یک برای بودجه های سالانه بالاتر از سقف جدول در تلویزیون به ازای هر ۵۰ میلیارد ریال ۱۰٪ و در رادیو به ازای هر ۱۰ میلیارد ریال ۲۰٪ اضافه پخش داده خواهد شد.

ب- گروه دوم:

جدول شماره ۱۰ (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱۵۶,۰۰۰	۱۴۰	۶۵,۰۰۰
۴۶۸,۰۰۰	۲۶۰	۱۳۰,۰۰۰
۸۵۱,۰۰۰	۳۶۰	۱۸۵,۰۰۰
۱,۳۵۰,۰۰۰	۴۴۰	۲۵۰,۰۰۰
۲,۰۸۰,۰۰۰	۵۵۰	۳۲۰,۰۰۰
۳,۰۰۰,۰۰۰	۶۵۰	۴۰۰,۰۰۰
۳,۸۲۵,۰۰۰	۷۵۰	۴۵۰,۰۰۰

جدول شماره ۱۱
(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۵ تلویزیونی							بودجه سال
۵۲۰.۰۰۰	۴۵۰.۰۰۰	۳۲۰.۰۰۰	۲۵۰.۰۰۰	۱۸۵.۰۰۰	۱۳۰.۰۰۰	۶۵.۰۰۰	۹۶ بودجه سال ۹۵
درصد اضافه پخش							
-	-	-	-	۴۲۰	۲۸۰	۸۰	۵۰,۰۰۰
-	-	-	۴۲۰	۲۸۰	۱۴۰	۰	۱۰۰,۰۰۰
-	-	۷۰۰	۴۰۰	۱۴۰	۰	۰	۱۵۰,۰۰۰
-	۶۰۰	۴۰۰	۱۰۰	۰	۰	۰	۲۳۰,۰۰۰
۷۰۰	۴۴۰	۲۲۰	۰	۰	۰	۰	۲۵۰,۰۰۰
۶۰۰	۲۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳۷۰,۰۰۰

جدول شماره ۱۲ (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۵ رادیویی					بودجه سال ۹۶ بودجه سال ۹۵	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
۷۵.۰۰۰	۵۰.۰۰۰	۳۵.۰۰۰	۲۰.۰۰۰	۱۰.۰۰۰		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش								
-	۵۵۰	۴۵۰	۱۵۰	۰	۱۵,۰۰۰	۲۱.۰۰۰	۱۱۰	۱۰.۰۰۰
۸۰۰	۵۰۰	۳۵۰	۰	۰	۲۰,۰۰۰	۶۸.۰۰۰	۲۴۰	۲۰.۰۰۰
۷۰۰	۳۰۰	۱۰۰	۰	۰	۳۰,۰۰۰	۲۱۰.۰۰۰	۵۰۰	۳۵.۰۰۰
۵۲۰	۰	۰	۰	۰	۵۰,۰۰۰	۳۷۵.۰۰۰	۶۵۰	۵۰.۰۰۰
						۶۳۷.۵۰۰	۷۵۰	۷۵.۰۰۰

*تبصره ۱۱: در گروه دوم بالاتر از سقف جدول سالانه

در تلویزیون به ازای هر ۱۰ میلیارد ریال ۱۰٪ و در رادیو هر ۵ میلیارد ریال، ۲۰٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می-شود.

*تبصره ۱۲: در کلیه گروه ها 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

ج- گروه سوم:

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

جدول شماره ۱۳ (ارقام به میلیون ریال)

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۵ تلویزیونی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱۵	۵۰
۲۵	۷۵
۴۵	۱۵۰
۷۰	۱۸۰
۹۰	۲۷۰
۱۵۰	۳۲۰
۲۱۰	۳۸۰
۳۰۰	۴۲۰
۴۰۰	۵۴۰

میزان بودجه ماهانه	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی	
	درصد اضافه پخش	جمع پخش
۵۰	۲۵	۶۲/۵
۱۷۰	۴۵	۲۴۶/۵
۳۲۰	۵۷	۵۰۲/۴
۵۰۰	۶۵	۸۲۵
۶۵۰	۸۰	۱,۱۷۰
۸۰۰	۱۱۰	۱,۶۸۰
۱,۲۵۰	۱۳۰	۲,۸۷۵
۱,۸۰۰	۱۶۰	۴,۶۸۰
۲,۷۰۰	۲۰۰	۸,۱۰۰
۴,۴۰۰	۲۸۷	۱۷,۰۲۸
۷,۲۰۰	۳۷۰	۳۳,۸۴۰
۱۱,۰۰۰	۴۴۰	۵۹,۴۰۰
۱۵,۰۰۰	۵۲۰	۹۳,۰۰۰
۲۲,۰۰۰	۵۷۰	۱۴۷,۴۰۰
۳۴,۰۰۰	۷۰۰	۲۷۲,۰۰۰

جدول شماره ۱۴ (ارقام به میلیون ریال)

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۵ رادیویی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱۵	۵۰
۲۵	۹۰
۴۵	۱۷۰
۷۰	۲۰۰
۹۰	۲۷۰
۱۵۰	۳۴۰
۲۱۰	۴۰۰
۳۰۰	۴۸۰
۴۰۰	۶۰۰

جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی		میزان بودجه ماهانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۶۵	۳۰	۵۰
۲۱۶	۸۰	۱۲۰
۵۷۲	۱۲۰	۲۶۰
۱,۲۰۰	۲۰۰	۴۰۰
۲,۲۷۵	۲۵۰	۶۵۰
۶,۶۰۰	۳۴۰	۱,۵۰۰
۱۳,۰۰۰	۴۲۰	۲,۵۰۰
۲۲,۳۲۰	۵۲۰	۳,۶۰۰
۴۰,۰۰۰	۷۰۰	۵,۰۰۰
۶۸,۴۰۰	۸۵۰	۷,۲۰۰

***تبصره ۱۳:** در گروه سوم برای بودجه‌های بالاتر از سقف جدول ماهانه در تلویزیون به ازای هر ۱۰ میلیارد ریال ۴۰٪ و در رادیو هر سه میلیارد ریال ۵۰٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

***تبصره ۱۴:** 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 ۳ به ازای هر ۱۰۰ درصد افزایش بودجه ۱۰٪ اضافه پخش تشویقی در تلویزیون و در رادیو به ازای هر ۱۰۰٪ افزایش بودجه ۲۰٪ اضافه پخش تشویقی به طبقه ماقبل اعطاء خواهد شد. (در رادیو و تلویزیون حداکثر ۵ طبقه افزایش نسبت به آخرین طبقه افزایش بودجه تعلق خواهد گرفت)

***تبصره ۱۵:** 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 ۱۲ - تسهیلات تشویقی طی سال

- ۱ - آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که کلیه قراردادهای منعقد شده خود را تا پایان شهریور ماه ۱۳۹۶ 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 می نمایند و تمامی تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۱۲۰ درصد با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد تا ۱۳۹۶/۱۱/۳۰ خواهند بود در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است .
- ۲ - به منظور حضور همه جانبه صاحبان کالا و خدمات آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که شامل بند ۱ نیستند و کلیه قراردادهای منعقد شده خود را تا پایان شهریور ماه ۱۳۹۶ به اتمام برسانند مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۵۰ درصد با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد تا ۱۳۹۶/۱۱/۳۰ خواهند بود در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی طول دوره بلامانع است.
- * تبصره ۱۶: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد پخش خواهند شد .
- * تبصره ۱۷: 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 ۱۸: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه، فرهنگی آموزشی و کتاب و فیلم سینمایی نمی شود .

ماده ۱۳- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

جدول شماره ۱۵

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

جدول پرداخت گروه سوم

نحوه پرداخت	درصد اضافه پخش
نقدی ۶ ماهه و بیشتر	۵۰۰
نقدی ۳ ماهه و کمتر از ۶ ماهه	۳۰۰
نقدی کمتر از ۳ ماهه	۱۲۰
ضمانت نامه‌ای	۷۰

***تبصره ۱۹:** صاحبان آگهی همه گروه‌ها که شروع قرارداد آن‌ها فروردین ماه ۱۳۹۶ است حداکثر تا مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۲۴ 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 ۲۰:** 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 ۱۰ روز قبل از تاریخ پخش امکان‌پذیر خواهد بود.

***تبصره ۲۱:** صاحبان آگهی که تمایل به پرداخت وجه به صورت ضمانت نامه بانکی دارند، می‌توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی ارائه نمایند.

***تبصره ۲۲:** صاحبان آگهی گروه یک و دو می‌توانند در هر یک از رسانه‌ها یک قرارداد نقدی در طول سال ۱۳۹۶ منعقد نمایند.

***تبصره ۲۳:** صاحبان آگهی گروه سه می‌توانند قراردادهای نقدی را به صورت یک ماهه، دو ماهه، سه ماهه، شش ماهه و سالانه منعقد نمایند. (قراردادهایی که شروع پخش آن‌ها از تاریخ ۱۳۹۶/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۵ شروع نمایند)

***تبصره ۲۴:** آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۶ مشمول امتیازات تشویقی افزایش بودجه می‌گردند در صورتیکه بیش از یک قرارداد در طول دوره منعقد نمایند امتیازات اضافه پخش افزایش بودجه و حضور مستمر به آخرین قرارداد منعقد 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 طی ذی حساب صاحبان کالا و خدمات صورت حساب صادر می‌گردد و طرف قرارداد موظف است حداکثر به مدت ۷ روز پس از صدور صورتحساب مبلغ صورتحساب صادره را به حساب ذکر شده در قرارداد پرداخت نمایند.

***تبصره ۲۵:** صاحبان کالا و خدمات گروه سه در صورت ارائه ضمانت‌نامه بانکی، با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما امکان پرداخت قراردادهای (به صورت صورتحسابی)، ظرف مدت ۱۰ روز پس از صدور مبلغ صورتحساب صادره به حساب مندرج در قرارداد را دارند.

ج) غیرنقدی: مبلغ قرارداد گروه ۳ به صورت ماهانه تقسیط و توسط صاحبان آگهی، به حساب ذکر شده در قرار داد 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 ۲۶: درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس محترم شورای اسلامی برای سال ۱۳۹۶ جداگانه دریافت خواهد شد (مبلغ مالیات بر ارزش افزوده جدا از مبلغ قرارداد دریافت خواهد شد و در جدول محاسبات بودجه قرار نمی‌گیرد).

ماده ۱۴- تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان:

صاحبان کالا و خدماتی که ۱۰ روز قبل از شروع ماه مبارک رمضان تا ۱۰ 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 ۱۵ تا ۵۰ درصد به عموم مردم باشد از تسهیلات تشویقی ۴۰ درصد با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد در هر رسانه تا ۱۳۹۶/۱۱/۳۰ برخوردار خواهند بود در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

ماده ۱۵- 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 ۱۷

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

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۳۸۵۰۰	۳۱	۲۷۳۰۰	۲۶	۱۸۸۰۰	۲۱	۱۲۰۰۰	۱۶	۶۸۰۰	۱۱	۳۲۰۰	۶	۳۵۰	۱
۴۱۰۰۰	۳۲	۳۰۰۰۰	۲۷	۲۰۵۰۰	۲۲	۱۳۳۰۰	۱۷	۷۷۰۰	۱۲	۳۸۰۰	۷	۶۰۰	۲
۴۳۵۰۰	۳۳	۳۱۴۰۰	۲۸	۲۲۱۰۰	۲۳	۱۴۵۰۰	۱۸	۸۶۰۰	۱۳	۴۵۰۰	۸	۱۰۰۰	۳
۴۶۳۰۰	۳۴	۳۳۵۰۰	۲۹	۲۳۵۰۰	۲۴	۱۵۹۰۰	۱۹	۹۸۰۰	۱۴	۵۲۰۰	۹	۱۵۰۰	۴
۴۹۱۰۰	۳۵	۳۵۸۰۰	۳۰	۲۵۵۰۰	۲۵	۱۷۶۰۰	۲۰	۱۰۹۰۰	۱۵	۶۰۰۰	۱۰	۲۲۰۰	۵

جدول شماره ۱۸

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

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
----------	------	----------	------	----------	------	----------	------	----------	------

۱۶۶۵۰	۲۱	۹۹۵۰	۱۶	۵۳۰۰	۱۱	۲۳۰۰	۶	۲۵۰	۱
۱۸۲۰۰	۲۲	۱۱۰۰۰	۱۷	۶۱۰۰	۱۲	۲۸۰۰	۷	۵۵۰	۲
۲۰۰۰۰	۲۳	۱۲۳۵۰	۱۸	۶۹۵۰	۱۳	۳۳۵۰	۸	۸۵۰	۳
۲۲۰۰۰	۲۴	۱۳۷۵۰	۱۹	۷۸۰۰	۱۴	۳۹۵۰	۹	۱۲۰۰	۴
۲۴۲۰۰	۲۵	۱۵۲۰۰	۲۰	۸۸۵۰	۱۵	۴۶۰۰	۱۰	۱۸۶۰	۵

ماده ۱۶- افزایش طبقه هر برنامه:

چنانچه بر اساس عرضه و تقاضا میانگین یک بسته آگهی در نیمه اول هر ماه بیش از ۶۰، ۷۵ و یا ۹۰٪ از حجم آن بسته آگهی باشد به ترتیب ۱، ۲ و ۳ طبقه افزایش خواهد یافت و همچنین به ترتیب ۳۰، ۲۰ و ۱۰٪ حجم را اشغال نماید به ترتیب ۱، ۲ و ۳ طبقه کاهش داده خواهد شد. (منوط به تصمیم اداره کل بازرگانی صدا و سیما)

***تبصره ۲۷:** در موارد خاص بنا به تشخیص و تصویب مدیر کل بازرگانی صدا و سیما، طبقه لازم تعیین و ابلاغ می شود.

ماده ۱۷- 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 ۱۹

ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد
فروردین	٪۲۵	تیر	٪۳۵	مهر	٪۳۵	دی	٪۴۰
اردیبهشت	٪۳۰	مرداد	٪۳۵	آبان	٪۳۵	بهمن	٪۵۰
خرداد	٪۴۰	شهریور	٪۴۰	آذر	٪۳۵	اسفند	٪۶۰

ماده ۱۸- ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون:

جدول شماره ۲۰

ردیف	شرح	ضریب
۱	کالای داخلی با نام ایرانی با تعرفه داخلی محاسبه می شود.	۱
۲	کالاهایی که تحت لیسانس شرکتها و گروه های خارجی در ایران تولید می شوند.	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 (به آن دسته از محصولات اطلاق می شود که ٪۱۰۰ فرآیند تولید آن در خارج از کشور صورت گرفته باشد).	۱/۹

*تبصره ۲۸: 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 می شود.

ماده ۱۹- انواع آگهی:

الف- مستقیم (تیزر): آگهی کوتاه تبلیغاتی که ویژگی های جذاب کالا و خدماتی را به نمایش می گذارد در تلویزیون ۱۵ ثانیه و در رادیو نیز ۱۰ ثانیه تعیین می شود و کمتر از آن نیز در تلویزیون همان ۱۵ ثانیه و رادیو ۱۰ ثانیه محاسبه می گردد (به استثناء نشان آگهی).

ب- گزارش آگهی (رپر تاژ): به آگهی هایی که ساختاری مستند داشته و گزارشی از مراحل ساخت و یا تولید و یا ارائه یک خدمت را به تصویر می کشد و در آن نقش آفرینی وجود ندارد گزارش آگهی اطلاق می شود. حداقل زمان گزارش آگهی ۱۲۰ ثانیه می باشد. تشخیص ساختار گزارش آگهی با اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما است.
*تبصره ۲۹: گزارش آگهی، در یک بسته آگهی منوط به وجود ظرفیت پخش با در نظر گرفتن اولویت برای پخش سایر آگهی ها می باشد.

ج- حک آرم: ۱۵ ثانیه می باشد و اندازه کادر می بایست ۱/۵ برابر اندازه آرم شبکه بوده و فاصله بین دو پخش برای حک آرم حداقل ۵ دقیقه می باشد.

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

ه- زیرنویس: حداقل ۱۵ ثانیه و حداکثر ۲۰ ثانیه و کمتر از آن نیز ۱۵ ثانیه محاسبه می گردد.

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 ۶ ثانیه ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی به تشخیص اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما، به صورت روزانه از هر یک از شبکه های سیما پخش می شود.

*تبصره ۳۰: ارسال سفارش به منزله پخش در ابتدا یا انتهای کلیه بسته آگهی های شبکه تعیین شده می باشد.

ز- آگهی فروش مستقیم کالا:

جدول شماره ۲۱

تعداد نوبت پخش در ماه	حداکثر زمان آگهی (ثانیه)	تعداد پخش هر شبکه
۱۵۰	۱۲۰	۶
۲۰۰	۷۵	۱۰
۳۰۰	۴۵	۲۰

۱- قیمت آگهی ها براساس نرخ تیزر محاسبه خواهد شد.

۲- اعتبار هر شناسه تنها برای ۳۰ روز می باشد.

۳- 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 می بایست اقدام به تهیه تیزر کوتاه جدید نماید.

۴- صاحب آگهی مجاز به استفاده از صدای پیشگان و هنرپیشگان تکراری در شناسه های ماهانه خود نمی باشد.

ماده ۲۰- نرخ انواع آگهی:

الف- گزارش آگهی: معادل ۷۰٪ نرخ طبقه همان برنامه.

ب- حک آرم: معادل ۲۵٪ نرخ طبقه همان برنامه

ج- دعوت به تماشا: نرخ دعوت به تماشا قبل معادل ۲ برابر و بین معادل ۲ برابر قبل و بعد معادل ۸۰٪ نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می‌شود.

*تبصره ۳۱: 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 می باشد.

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 ۱/۵ برابر می باشد. شبکه های دوم، نسیم و خبر ۷۵ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می شود. شبکه‌های پویا، نمایش، پنج و آی فیلم ۴۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می شود. شبکه های مستند، آموزش، ورزش، چهارم، تهران HD و جام جم ۲۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می شود. نرخ آرم آگهی مربوط به رخدادهای ورزشی متعاقباً اعلام خواهد شد.

ز- بعد: نرخ آگهی بعد معادل ۸۰٪ 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 ۲۲

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	۱/۹

***تبصره ۳۲:** 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 ۲۳

ردیف	هدایای قرعه‌کشی	ضرایب
۱	خودرو ایرانی	۱/۲
۲	خودرو تحت لیسانس	۱/۸
۳	خودرو خارجی	۲/۵

در صورتی که هدایای قرعه‌کشی هواپیما و یا سفرهای خارجی باشد با ضریب ۱/۹ محاسبه خواهد شد.

*** تبصره ۳۳:** صاحبان کالا و خدماتی که متقاضی قرعه‌کشی می‌باشند ملزم به دریافت، تکمیل و قبول شرایط و ضوابط قرعه‌کشی اداره کل بازرگانی می‌باشند.

ماده ۲۱- ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی‌های بازرگانی:

به منظور ارتقاء کیفی و مهندسی پیام در حوزه‌های فرهنگی و آموزش در آگهی‌های تبلیغاتی:

- ۱- آگهی‌هایی که دارای ساختاری داستانی باشد مشروط بر اینکه حداکثر با زمان ۶۰ ثانیه در طبقات ب و ج پذیرش شوند ۴۰ ثانیه محاسبه خواهد شد در طبقات الف همان ۶۰ ثانیه محسوب می‌شود.
- ۲- صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی‌های تبلیغاتی خود احترام به والدین، تحکیم بنیاد خانواده و یا ارتقای سطح سلامت جامعه می‌پردازند. مشروط بر آنکه آگهی‌های آنان کمتر از ۳۰ ثانیه نباشد و در طبقات ب و ج پذیرش شوند، آگهی‌های آنها ۵ ثانیه کمتر محاسبه خواهد شد در غیر اینصورت مشروط به رعایت ۶۰ ثانیه ۲۰ ثانیه آگهی رایگان به شناسه آگهی تعلق می‌گیرد.
- ۳- محیط زیست: صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی‌های تبلیغاتی خود توجه به محیط زیست را تبلیغ نمایند، مشروط به پذیرش در طبقات ب و ج با رعایت ۶۰ ثانیه، ۲۰ ثانیه رایگان به شناسه آگهی تعلق می‌گیرد.
- ۴- بیمه‌ها: در صورتیکه هر یک از شناسه آگهی بیمه‌های اختیاری مانند عمر و ... را تبلیغ نمایند، مشروط بر رعایت ۶۰ ثانیه، شناسه آگهی مربوطه ۲۰ ثانیه کمتر محاسبه خواهد شد.

۵- 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 ۴۰ ثانیه نباشد، ۵ ثانیه آگهی رایگان به شناسه آگهی مربوطه تعلق می‌گیرد.

*** تبصره ۳۴:** هر یک از صاحبان کالا و خدمات در هر یک از کد شناسه‌های آگهی فقط از یک بند ماده فوق می‌توانند استفاده نمایند.

ماده ۲۲- موقعیت آگهی در بسته:

جدول شماره ۲۴

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

الف- در برنامه های ورزشی درصد افزایش موقعیت آگهی با توجه به زمان پخش توسط اداره کل بازرگانی صدا و سیما تعیین می شود.

ب- در صورت تراکم آگهی در بسته ها از هر صاحب آگهی یک آگهی پذیرش می شود.

ج- از هر شناسه آگهی در صورت تکمیل بودن ظرفیت در بسته های آگهی صرفاً یک آگهی پذیرش می شود.

ماده ۲۳- زمان سفارش آگهی:

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

ب- بسته های آگهی جدیدی که به واسطه مسابقات ورزشی و برنامه های ویژه که جداگانه اعلام می شود از ضابطه فوق مستثنا می باشد.

ج- سفارش آگهی های تلویزیونی و رادیویی خارج از بسته آگهی پذیرفته نمی شود.

***تبصره ۳۵:** آگهی های زمان دار مانند نمایشگاه ها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردار می شوند. (در شرایط مساوی)

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

ماده ۲۴- حذف و جابجایی آگهی ها (شامل قراردادهای ظرفیت تشویقی):

الف- حذف آگهی تا ۴ روز کاری قبل از پخش مشمول جریمه نمی شود.

ب- حذف آگهی تا ۳ روز کاری قبل از پخش مشمول ۱۰٪ جریمه می شود.

ج- حذف آگهی تا ۲ روز کاری قبل از پخش مشمول ۱۵٪ جریمه می شود.

د- حذف آگهی تا یک روز کاری قبل از پخش امکان پذیر نمی باشد. در موارد خاص با تایید مدیر کل بازرگانی و با ۳۰٪ جریمه انجام می شود.

ه- جابجایی آگهی فقط تا ۴۸ ساعت اداری قبل از پخش امکان پذیر می باشد. (روزهای پنجشنبه تا ساعت ۱۲ ظهر اقدام می شود)

***تبصره ۳۶:** آگهی هایی که جابجا می شود امکان حذف ندارد.

و- در صورتی که تغییری در برنامه های شبکه های مختلف داده شود اگر سفارش در طبقه بالاتر پخش شود صورتحساب معادل طبقه سفارش اولیه صادر خواهد شد اگر در طبقات پایین تر 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 می شود.

ز- در صورتی که به جای پخش برنامه ای (سریال، فیلم و طنز و...) تکرار برنامه مذکور پخش شود سفارشات بسته های قبل، بین و بعد با کاهش ۴۰٪ نرخ همان طبقه محاسبه می شود.

ماده ۲۵- قطع آگهی:

الف- قطع آگهی با صدور دستور کتبی مدیر کل بازرگانی صدا و سیما امکان پذیر می باشد. 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 نموده اند.

ب- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود در زمان های مقرر خودداری نمایند، اداره کل بازرگانی مختار است نسبت به عدم پخش آگهی های 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 تصمیم گیری خواهد نمود.

ماده ۲۶- صورت حساب:

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

ماده ۲۷- تعدیل:

در صورت عدم پخش کامل تا پایان زمان قرارداد در هر نوع قرارداد رادیویی یا تلویزیونی در تمامی گروه ها مدت قرارداد افزایش نمی یابد 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 ظرفیت های تشویقی احتمالی به نسبت میزان پخش تعدیل و مفاصا حساب نهایی صادر می‌شود.

ماده ۲۸- 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 (۲۷) اقدام خواهد شد.

ماده ۲۹- 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 ۱۵ درصد و برای گروه سه ۱۷ درصد و در رادیو برای گروه‌های یک و دو ۲۰ درصد و برای گروه سه ۲۲ 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 یک ساله طبق بند ب ماده ۶ گرفته‌اند ۲ درصد و حضور اولین بار سه ساله طبق بند ب ماده ۶ گرفته‌اند ۳ درصد و حضور اولین بار پنج ساله طبق بند ب ماده ۶ گرفته‌اند ۴ درصد علاوه بر بند ب ماده ۲۸ پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...) پرداخت خواهد شد.

*تبصره ۳۷: به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکار که صاحبان آگهی در گروه ۲ و ۳ افزایش بودجه داشته‌اند در صورت افزایش ۵۰ درصدی بودجه نسبت به سال گذشته ۲٪ در صورت افزایش ۱۰۰ درصدی بودجه نسبت به سال گذشته ۳٪ کارمزد و در صورت افزایش ۲۰۰ درصدی و بالاتر بودجه نسبت به سال گذشته ۴٪ 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 ۱۰۰٪ کارمزد به حساب بستانکار شرکت منظور و فقط از تاریخ صدور تائیدیه مکتوب از وزارت ارشاد اسلامی ۵۰٪ کارمزد متعلقه تا ۶ ماه پرداخت می‌شود و باقیمانده کارمزد پس از ارائه مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پرداخت خواهد شد.

این مجموعه ضوابط شامل ماده ۲۹ و ۳۷ تبصره می‌باشد که به استناد ماده ۲۲ اساسنامه و قانون اداره سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و آیین نامه‌های شماره ۱۱۰۰/۳۰۱۹ تاریخ

۱۳۸۳/۴/۱ و ۲۳۰۰/۳۱۸۵/۱۲۴۰ تاریخ ۱۳۸۳/۵/۵ تنظیم و به تصویب ریاست محترم سازمان رسیده است.