

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	۵
۶	تعریف قرارداد و شرایط آن	۶
۷	قرارداد فرهنگی	۷
۸	قراردادهای محتوایی، ارزشی و دینی کتاب و فیلم‌های سینمایی	۸
۹	امتیازهای تشویقی تسریع و حضور اولین بار	۹
۱۰	بسته حمایتی از تغییر ویژند غیر ایرانی به ویژند ایرانی	۱۰
۱۱	تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور	۱۱
۱۲	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	۱۱
۱۳	امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی	۱۲
۱۴	اضافه پخش بودجه سالانه و افزایش بودجه رادیویی و تلویزیونی گروه اول یک ساله	۱۳
۱۵	اضافه پخش بودجه قراردادهای سه ساله گروه اول	۱۵
۱۶	اضافه پخش بودجه سالانه و افزایش بودجه و تسهیلات تشویقی رادیویی و تلویزیونی گروه دوم یک ساله	۱۶
۱۷	اضافه پخش بودجه و تسهیلات تشویقی رادیویی و تلویزیونی گروه دوم سه ساله	۲۱
۱۸	اضافه پخش بودجه ماهانه و افزایش بودجه رادیویی و تلویزیونی گروه سوم	۲۴
۱۹	اضافه پخش بودجه سه‌ساله گروه سوم حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار	۲۶
۲۰	تسهیلات تشویقی حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار بیش از ۵۱٪ سهام متعلق به بخش خصوصی	۳۷
۲۱	تسهیلات تشویقی حمایت از مشاغل آسیب دیده از ویروس کرونا	۳۹
۲۲	تسهیلات تشویقی ویژند ملی	۴۱
۲۳	تسهیلات تشویقی طی سال گروه‌ها	۴۲
۲۴	انواع پرداخت قراردادها	۴۴
۲۵	تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان	۴۵
۲۶	طبقه‌بندی گروه سوم صاحبان آگهی	۴۵
۲۷	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی	۵۵
۲۸	افزایش طبقه هر برنامه	۵۵
۲۹	جدول ضرایب ماه‌های سال	۵۶
۳۰	جدول ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک و تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون	۵۶

۵۷	انواع آگهی	۳۱
۵۸	نرخ انواع آگهی	۳۲
۵۹	ضوابط برگزاری مراسم قرعه کشی در برنامه های مشارکتی	۳۳
۶۱	ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی های بازرگانی	۳۴
۶۲	موقعیت آگهی در بسته	۳۵
۶۳	زمان سفارش آگهی	۳۶
۶۳	حذف و جابجایی آگهی ها	۳۷
۶۴	قطع پخش آگهی	۳۸
۶۵	صورتحساب	۳۹
۶۵	تعدیل	۴۰
۶۶	فسخ قرارداد	۴۱
۶۶	رتبه بندی شرکت های تبلیغاتی	۴۲
۶۷	کارمزد	۴۳

مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش تبلیغات بازرگانی سال ۱۴۰۰ 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 تحکیم بنیان خانواده، ترویج آموزه‌های دینی و ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی
- کمک به ارتقاء سطح استانداردهای کالا و خدمات ایرانی در مقایسه با سایر تولیدات مشابه
- اهتمام جدی به ویژند ایرانی و حمایت لازم در این بخش به منظور حضور مستمر ویژندهای ایرانی که اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارند
- حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار به منظور 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 ویزند ، 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.

۱-۲: 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.

هلدینگ گروه اقتصادی برای گروه سوم:

- درخصوص 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 هرگروه مانند بخش‌های صنایع دستی و فرش دست باف، محصولات کشاورزی و دامی تولید داخل، صنعت و خدمات گردشگری و رفاهی و ... براساس جدول هدفمندی و سایر بندها تعیین می‌گردد، مبنای تسهیم جدول، سقف بودجه هرگروه خواهد بود.

- آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که هلدینگ 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.

ویژند = نام و نشان تجاری (برند) بر اساس مصوبه فرهنگستان زبان و ادب فارسی

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

ماده ۳- شرکت همکار و تعهدات:

شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی‌ای که دارای مجوز رسمی تبلیغات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشند، ضمن قبول ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی، اقدام به عقد قرارداد همکاری به صورت دو طرفه (اداره کل بازرگانی و شرکت یا کانون تبلیغاتی) می‌نمایند.

الف- هر شرکت همکار که برای صاحب آگهی درخواست عقد قرارداد می‌نماید، باید از صاحب آگهی برای سال ۱۴۰۰ معرفی‌نامه 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- هرنوع 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 اعضاء 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 ویا کانون 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 ایران 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 از ماده 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. قبول 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.

تبصره ۵: پیگیری اخذ شنا سه آگهی بازرگانی برای آگهی های تجاری ساخته شده برعهده صاحب آگهی و شرکت ها و کانون های تبلیغاتی است و اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در این خصوص هیچ مسئولیتی ندارد و مسئولیت عدم موفقیت در اخذ شنا سه که موجب ابطال قرارداد می گردد، تماماً برعهده صاحب آگهی و شرکت و کانون های تبلیغاتی خواهد بود.

ماده ۵- انواع قراردادهای:

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، قراردادهای در یک نوع متمرکز می شود. انواع آگهی های رادیویی و تلویزیونی در تمامی شبکه های رادیویی، تلویزیونی و ملی استانی و برون مرزی متعلق به رسانه ملی (متناسب با گویش و زبان هر شبکه) قابل پخش است.

* در خصوص آگهی های ملی استانی ضرایب تشویقی مندرج در ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی های رادیویی و تلویزیونی قابل احتساب خواهد بود.

۵-۲- قرارداد مشارکتی:

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

۵-۳- قرارداد فرهنگی:

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

«جدول شماره ۱»

ردیف	محل پخش (زمان پخش)	درصد تخفیف ریالی	درصد 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 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 پس از تایید محتوایی 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 ۱۴۰۰ از تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ آغاز می‌شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه‌ریزی دقیق در تنظیم و انعقاد قرارداد 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 تسريع 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 ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ تا ۱۳۹۹/۱۱/۳۰	۱۵۰
۲	از ۱۳۹۹/۱۲/۰۱ تا ۱۳۹۹/۱۲/۲۷	۵۰
۳	از ۱۳۹۹/۱۲/۲۸ تا ۱۴۰۰/۱/۳۱	۲۵

ب- امتیاز حضور اولین بار:

برای حمایت از کارآفرینی، به صاحبان کالاها و خدماتی که برای اولین بار پس از ارائه ویزند، اقدام به انعقاد قرارداد پخش آگهی نمایند، متناسب با مدت زمان عدم حضور، به هر تعداد قرارداد منعقد در طول سال ۱۴۰۰ اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۴»

در صد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی

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

تبصره ۶: ویزند ضمن افزایش کیفیت و کمیت باعث رونق اقتصادی و کاهش امر واسطه‌گری و ایجاد تعادل قیمت در بازار، به خصوص 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، درصد اضافه پخش براساس جدول شماره (۴) به هر یک از شناسه آگهی‌ها اختصاص می‌دهد.

تبصره ۷: شاخص تشخیص حضور اولین بار، ویزند 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 ۸: به صاحبان کالا و خدماتی که طی سه ماهه آخر سال ۱۳۹۹ 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.

ج - بسته حمایتی از تغییر ویژند غیر ایرانی به ویژند ایرانی:

بر تمام فعالان عرصه اقتصاد (بنگاه‌ها و شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی) مبرهن است که ویژند تجاری، مانند گره‌های ذهنی یا تداعی‌های کارکردی، احساسی و عقلایی، از جمله مزایایی است که بر بازار هدف تأثیرات عمیقی برجای می‌گذارد و از همین‌رو پیوند میان تصاویر و نشانه‌ها با هر ویژند تجاری، در خرید هر کالا یا محصول مبنای بسیاری از انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌هاست.

با توجه به وضعیت جغرافیایی کشور عزیزمان ایران، همگان به‌خوبی آگاهند که در قیاس با ویژگی‌های کشورهای همسایه از قبیل زبان، فرهنگ و مسائل قومی، رقابت با ویژندها و نشان‌های خارجی همواره از دغدغه‌های مهم و اساسی فعالان حوزه تولید در انتخاب ویژند تجاری خود بوده و هست به‌ویژه که طی سال‌های طولانی برای این دارایی ارزشمند خود (ویژند) هزینه‌های چشمگیری متقبل شده‌اند. از سوی دیگر زبان فارسی به عنوان میراث پرارزش نیاکان، گرانبهاترین سرمایه ملی و هویت ما ایرانیان است که نسل به نسل و سینه به سینه، امروز به دست ما رسیده و همه باید در حفظ این میراث ارزشمند و عظیم سهمیم و کوشا باشیم.

با توجه به ضرورت حفظ زبان و ادبیات فارسی که همواره مورد توجه این اداره‌کل بوده و هست، استفاده از واژه‌ها و اصطلاحات فارسی در آگهی‌های تبلیغاتی مورد حمایت قرار داشته است. از همین‌رو و با عنایت به موارد یادشده، اداره‌کل بازرگانی تسهیلات ویژه‌ای برای تغییر ویژند غیرایرانی به ویژند ایرانی در نظر گرفته است که پس از اخذ مدارک مثبت شامل تمام کالاهای و خدماتی که تغییر نام داده‌اند خواهد شد.

«جدول شماره ۵»

بسته حمایتی از تغییر ویژند غیر ایرانی به ویژند ایرانی (ارقام به میلیارد ریال میباشد)

ردیف	شرح	تاریخ حضور	میزان تعرفه تلویزیونی
۱	تغییر نام بعد از یک سال حضور در رسانه ملی	۱۳۹۹/۱/۱ تا ۱۳۹۹/۱۲/۲۹	۶۰
۲	تغییر نام بعد از سه سال حضور در رسانه ملی	۱۳۹۷/۱/۱ تا ۱۳۹۹/۱۲/۲۹	۱۲۰
۳	تغییر نام بعد از پنج سال حضور در رسانه ملی	۱۳۹۵/۱/۱ تا ۱۳۹۹/۱۲/۲۹	۲۰۰

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 می شود.

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

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

«جدول شماره ۶»

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	محصولات کشاورزی و دامی تولید داخل	۲۰۰
۷	صنعت	۱۵۰

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 می نمایند و ترغیب تولیدکنندگان داخلی، به گروه های دو و سه پس از ارائه مدارک مثبت اضافه پختشی به شرح ذیل اعطاء می شود.

«جدول شماره ۷»

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 ۱۳۹۹ 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 هریک از رسانه‌های رادیو یا تلویزیون سابقه تبلیغات داشته‌اند، علاوه بر سایر امتیازات، اضافه پخش به شرح جدول زیر اعطاء خواهد شد.

* اگر مشمول تسهیلات تشویقی افزایش بودجه شده باشد ۱۰۰ درصد جدول و اگر بودجه سال ۱۳۹۹ را حفظ کرده باشند ۵۰ درصد و اگر کاهش بودجه داشته باشند ۲۰ درصد جدول ذیل تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۸»

ردیف	سالهای حضور	اضافه پخش
۱	یک‌ساله	۱۱۰
۲	دو‌ساله	۲۰۰
۳	سه‌ساله	۲۵۰
۴	چهارساله	۳۰۰
۵	پنج‌ساله	۳۵۰

تبصره ۹: در صورت حضور مستمر بیش از ۵ سال، ۲۰ درصد اضافه پخش به ازاء هر سال به جدول فوق اضافه می شود.

تبصره ۱۰: ملاک تعیین افزایش بودجه سال ۱۴۰۰، میزان پخش و تعدیل در هر رسانه در سال ۱۳۹۹ است.

تبصره ۱۱: 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 ۹۹ بیش از بودجه ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۹ است. حضور مستمر در سال ۹۸ الزامی است

تبصره ۱۲: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانسی که در سال های ۹۷ و ۹۸ تا کنون تولید در حوزه های لوازم آرایشی، بهداشتی می کنند، با رعایت تبصره شماره ۱۱ و مشروط بر آنکه بودجه سالانه آن ها 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 ۹۹ بیش از بودجه ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۹ و در غیر این صورت، بودجه قبل از کسر و یا تعدیل سال ۹۷ ملاک است. حضور مستمر در سال ۹۸ الزامی است

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

الف- گروه اول:

(ارقام به میلیون ریال)

«جدول شماره ۹»

ردیف	میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۲.۳۰۰.۰۰۰	۵۰۰	۱۳.۸۰۰.۰۰۰
۲	۳.۰۰۰.۰۰۰	۱۲۰۰	۳۹.۰۰۰.۰۰۰
۳	۵.۰۰۰.۰۰۰	۲۵۰۰	۱۳۰.۰۰۰.۰۰۰

«جدول شماره ۱۰» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	بودجه سال ۱۴۰۰			افزایش بودجه تلویزیونی نسبت به سال ۹۹		
	بودجه سال ۹۹			۲.۳۰۰.۰۰۰	۳.۰۰۰.۰۰۰	۵.۰۰۰.۰۰۰
				درصد اضافه پخش		
۱	۱,۵۰۰,۰۰۰			۸۰	۴۰۰	۵۵۰

«جدول شماره ۱۱» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۳۰۰.۰۰۰	۲۷۰	۱.۱۱۰.۰۰۰
۲	۴۵۰.۰۰۰	۶۰۰	۳.۱۵۰,۰۰۰
۳	۶۰۰.۰۰۰	۱۰۰۰	۶.۶۰۰.۰۰۰

«جدول شماره ۱۲» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	بودجه سال ۱۴۰۰			افزایش بودجه رادیویی نسبت به سال ۹۹		
	بودجه سال ۹۹			۳۰۰.۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰	۶۰۰.۰۰۰
				درصد اضافه پخش		
۱	۱۵۰,۰۰۰			۱۰۰	۴۰۰	۸۰۰

تبصره ۱۳: اپراتورهای تلفن همراه می‌توانند از جداول شماره ۹ و ۱۱ فقط برای تبلیغ خدمات حوزه ویژند خود، فعالیت‌های ذاتی اپراتوری (بجز خدمات فضای مجازی)، خدمات گفتگوی دو طرفه، فروش شارژ توسط اپراتور، پیام کوتاه و آهنگ انتظار استفاده نمایند.

تبصره ۱۴: 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- قراردادهای سه ساله گروه اول:

از آنجاکه لازمه ایجاد و توسعه کسب و کارهای اپراتورهای تلفن همراه و فضای مجازی، نیازمند اطلاع رسانی و تبلیغ دست کم در یک بازه زمانی سه ساله است، جدول زیر برای حمایت از توسعه این گونه فعالیت ها طراحی و تنظیم شده، لذا استفاده کنندگان از این جدول مشمول تبصره ۹۵ ماده ۲۳ نخواهند بود .

* مجموع امتیازات اضافه پخش قراردادهای سه ساله برای گروه اول حداکثر جدول شماره ۱۳ است.

«جدول شماره ۱۳» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سه ساله	جدول اضافه پخش بودجه سه ساله	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱۰.۰۰۰.۰۰۰	۸۰۰۰	۸۱۰.۰۰۰.۰۰۰
۲	۱۵.۰۰۰.۰۰۰	۱۲۵۰۰	۱.۸۹۰.۰۰۰.۰۰۰
۳	۲۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۷۰۰۰	۳.۴۲۰.۰۰۰.۰۰۰

تبصره ۱۵: نحوه پرداخت مبلغ این نوع قراردادها در گروه اول، یک سوم مبلغ همزمان با عقد قرارداد، یک سوم ۱۲ ماه پس از عقد قرارداد و یک سوم نیز ۲۴ ماه پس از عقد قرارداد است.

تبصره ۱۶: قراردادهای سه ساله گروه اول علاوه بر پخش قراردادی و اضافه پخش ذیربط، در این سه سال تا سقف ۱۵٪ نیز مشمول تسهیلات تشویقی رایگان (باحتفظ اضافه پخش هر قرارداد) قرار می گیرند که متناسب با پخش های انجام شده در تمام سال های قرارداد و پایان هر ماه قابل استفاده است.

میزان پخش آگهی هر سال حسب نیاز صاحبان کالا و خدمات خواهد بود.

- طبقات برنامه های رادیویی و تلویزیونی که طی دوره سه ساله تفاهم مطابق روال عمومی از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و اعلام می شود، ملاک عمل است.
- انواع آگهی های رادیویی و تلویزیونی در تمامی شبکه های رادیویی، تلویزیونی و ملی استانی و برون مرزی متعلق به رسانه ملی (متناسب با گویش و زبان هر شبکه) با تصویب اداره کل بازرگانی صدا و سیما قابل پخش است.
- صاحبان آگهی گروه اول متقاضی استفاده از قراردادهای سه ساله، در صورت تمایل میتوانند حداقل ۲۰ درصد کل بودجه را در صدا آگهی پخش نمایند.
- در خصوص آگهی های ملی استانی (ضرایب تشویقی مندرج در ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی های رادیویی و تلویزیونی سال مربوطه قابل احتساب خواهد بود).

ج - گروه دوم:

«جدول شماره ۱۴» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱۱۵,۰۰۰	۲۲۰	۳۶۸,۰۰۰
۲	۲۳۰,۰۰۰	۳۰۰	۹۲۰,۰۰۰
۳	۳۴۵,۰۰۰	۳۸۰	۱,۶۵۶,۰۰۰
۴	۴۶۰,۰۰۰	۴۰۰	۲,۳۰۰,۰۰۰
۵	۵۵۲,۰۰۰	۵۰۰	۳,۳۱۲,۰۰۰
۶	۶۹۰,۰۰۰	۶۰۰	۴,۸۳۰,۰۰۰
۷	۹۲۰,۰۰۰	۱۲۰۰	۱۱,۹۶۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۵» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	بودجه سال بودجه سال ۹۹	افزایش بودجه نسبت به سال ۹۹ تلویزیونی						
		۱۱۵,۰۰۰	۲۳۰,۰۰۰	۳۴۵,۰۰۰	۴۶۰,۰۰۰	۵۵۲,۰۰۰	۶۹۰,۰۰۰	۹۲۰,۰۰۰
		درصد اضافه پخش						
۱	۱۰۰,۰۰۰	۲۰	۱۰۰	۲۰۰				
۲	۱۸۰,۰۰۰	۰	۵۰	۱۲۰	۲۲۰			
۳	۳۰۰,۰۰۰	۰	۰	۲۵	۱۰۰	۱۸۰		
۴	۳۵۰,۰۰۰	۰	۰	۰	۵۰	۸۰	۱۸۰	
۵	۴۰۰,۰۰۰	۰	۰	۰	۳۰	۵۰	۱۲۰	
۶	۴۸۰,۰۰۰	۰	۰	۰	۰	۲۵	۱۲۰	

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 ۱۴۰۰ از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۱۶»

ردیف	درصد افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۹	میزان ثانیه
۱	۳۰	۱۰۰۰
۲	۴۰	۱۲۰۰
۳	۵۰	۱۴۰۰
۴	۷۰	۱۶۰۰
۵	۱۰۰	۲۰۰۰
۶	۲۰۰	۲۲۰۰
۷	۳۰۰	۳۰۰۰

تبصره ۱۷: 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 غیراین صورت چنانچه رشد بودجه طبق جدول شماره ۱۵ باشد، مشمول ۲۰ درصد جدول فوق الذکر خواهند شد.

تبصره ۱۸: صاحبان آگهی گروه دوم که مشمول تسهیلات تشویقی جدول شماره ۱۶ شده‌اند باید ۵۰ درصد جدول فوق الذکر را در تلویزیون و ۵۰ درصد آن را در رادیو آگهی رایگان پخش نمایند.

تبصره ۱۹: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش است.

تبصره ۲۰: 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 ۲۱: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه نبوده و ظرفیت تشویقی پس از اتمام قرارداد تعلق خواهد گرفت.

تبصره ۲۲: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی‌های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت‌ها (بین و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

«جدول شماره ۱۷» 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 ۲۳: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«جدول شماره ۱۸» 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 شماره ۱۹» 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 ۱۴۰۰ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می شود.
* تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

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

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

تبصره ۲۵: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی‌های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت‌ها (بین، و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

«جدول شماره ۲۱» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان سالانه	بودجه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی	
			درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۲۳,۰۰۰	۱۵۰	۵۷,۵۰۰	۱۱۷,۳۰۰
۲	۳۴,۵۰۰	۵۰۰	۶۰۳,۷۵۰	۳۴۵,۰۰۰
۳	۵۷,۵۰۰	۱۵۰۰	۱,۶۵۶,۰۰۰	۱۰۳,۵۰۰
۴	۸۰,۵۰۰			
۵	۱۰۳,۵۰۰			

«جدول شماره ۲۲» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	افزایش بودجه نسبت به سال ۹۹ رادیویی					بودجه سال ۱۴۰۰
	۲۳,۰۰۰	۳۴,۵۰۰	۵۷,۵۰۰	۸۰,۵۰۰	۱۰۳,۵۰۰	بودجه سال ۹۹
درصد اضافه پخش						
۱	۳۰	۳۰۰	۵۰۰			۱۵.۰۰۰
۲	۰	۱۰۰	۳۵۰	۸۰۰		۲۵.۰۰۰
۳	۰	۰	۲۰۰	۵۰۰	۱۵۰۰	۴۲.۰۰۰
۴	۰	۰	۱۰	۲۰۰	۱۲۰۰	۵۶.۰۰۰

تبصره ۲۶: 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 ۲۷: در تمامی 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.

جدول تشویقی گروه دوم برای عقد قراردادهای رادیویی:

صاحبان آگهی این گروه مشروط به استفاده از جدول افزایش بودجه نسبت به سال قبل، می‌توانند تا پایان بهمن ماه سال ۱۴۰۰ طبق جدول ذیل از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۲۳»

ردیف	درصد افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۹	میزان ثانیه
۱	۱۵	۱۰۰۰
۲	۲۵	۱۲۰۰
۳	۵۰	۱۸۰۰
۴	۸۰	۲۰۰۰
۵	۱۲۵	۲۵۰۰

تبصره ۲۸: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود.

تبصره ۲۹: 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 ۳۰: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه نمی‌شود و ظرفیت تشویقی پس از اتمام قرارداد تعلق خواهد گرفت

«جدول شماره ۲۴» 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 ۳۱: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

* تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

«جدول شماره ۲۵» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه دوم در رادیو

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

تبصره ۳۲: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی‌های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت‌ها (بین، و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

د- قراردادهای سه ساله گروه دوم:

فعالیت‌ها و خدمات بانکی در هر نظام اقتصادی تسریع کننده است زیرا با ارائه خدمات مالی، پشتیبانی از بنگاه‌های اقتصادی و انجام فعالیت‌های ذاتی بانکی، ارائه خدمات مالی به مشتریان نهایی تسریع میشود. از همین رو در راستای ایجاد تغییر رفتار در حوزه مالی و فرهنگ سازی، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی آحاد جامعه که نیازمند فرهنگ سازی و تغییر رفتار در حوزه خدمات مالی می‌باشند برنامه ریزی در یک دوره زمانی سه ساله ضروری است. در جدول زیر سقف امتیازات قابل اعطا در حوزه خدمات بانکی مندرج است.

* مجموع امتیازات اضافه پخش قراردادهای سه ساله گروه دوم حداکثر جدول شماره ۲۶ میباشد.

«جدول شماره ۲۶» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سه ساله	جدول اضافه پخش بودجه سه ساله	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱.۵۰۰.۰۰۰	۳۰۰۰	۴۶.۵۰۰.۰۰۰
۲	۲.۵۰۰.۰۰۰	۴۰۰۰	۱۰۲.۵۰۰.۰۰۰
۳	۳.۵۰۰.۰۰۰	۵۵۰۰	۱۹۶.۰۰۰.۰۰۰
۴	۵.۰۰۰.۰۰۰	۶۰۰۰	۳۰۵.۰۰۰.۰۰۰
۵	۷.۰۰۰.۰۰۰	۷۰۰۰	۴۹۷.۰۰۰.۰۰۰
۶	۱۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱.۰۱۰.۰۰۰.۰۰۰

تبصره ۳۳: پرداخت این نوع قراردادهای سه ساله گروه دوم (جدول شماره ۲۶) یک سوم همزمان با عقد قرارداد یک سوم ۱۲ ماه پس از عقد قرارداد و یک سوم ۲۴ ماه پس از عقد قرارداد می باشد.

«جدول شماره ۲۷» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه سه ساله	جدول اضافه پخش بودجه سه ساله	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱.۵۰۰.۰۰۰	۲۵۰۰	۳۹.۰۰۰.۰۰۰
۲	۲.۵۰۰.۰۰۰	۳۴۰۰	۸۷.۵۰۰.۰۰۰
۳	۳.۵۰۰.۰۰۰	۴۸۰۰	۱۷۱.۵۰۰.۰۰۰
۴	۵.۰۰۰.۰۰۰	۵۳۰۰	۲۷۰.۰۰۰.۰۰۰
۵	۷.۰۰۰.۰۰۰	۶۰۰۰	۴۲۷.۰۰۰.۰۰۰
۶	۱۰.۰۰۰.۰۰۰	۸۵۰۰	۸۶۰.۰۰۰.۰۰۰

پرداخت این نوع قراردادهای سه ساله گروه دوم (جدول شماره ۲۷) طی ماه های قرارداد ۳۶ ماه پرداخت می شود (هر سال ۱۲ قسط)

- مدت هر دو نوع قراردادها (جدول شماره های ۲۶ و ۲۷) ۳۶ ماه است که در صورت درخواست صاحبان کالا و خدمات و موافقت اداره کل بازرگانی، تا شش ماه دیگر قابل تمدید است.
میزان پخش آگهی هر سال حسب نیاز صاحبان کالا و خدمات خواهد بود.
 - طبقات برنامه های رادیویی و تلویزیونی که طی دوره سه ساله تفاهم مطابق روال عمومی از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و اعلام می شود، ملاک عمل است.
 - انواع آگهی های رادیویی و تلویزیونی در تمامی شبکه های رادیویی، تلویزیونی و ملی استانی و برون مرزی متعلق به رسانه ملی (متناسب با گویش و زبان هر شبکه) با تصویب اداره کل بازرگانی صدا و سیما قابل پخش است.
 - در خصوص آگهی های ملی استانی (ضرایب تشویقی مندرج در ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی های رادیویی و تلویزیونی سال مربوطه قابل احتساب خواهد بود).
 - قراردادهای سه ساله علاوه بر پخش قراردادی و اضافه پخش ذیربط، در این سه سال تا سقف ۱۵۰٪ نیز مشمول تسهیلات تشویقی رایگان (با حفظ اضافه پخش هر قرارداد) قرار می گیرند که متناسب با پخش های انجام شده در تمام سال های قرارداد و پایان هر ماه قابل استفاده است.
- صاحبان آگهی گروه دوم متقاضی استفاده از قراردادهای سه ساله، در صورت تمایل میتوانند حداقل ۲۰ درصد کل بودجه را در صدا آگهی پخش نمایند.

صاحبان آگهی گروه دوم در صورت استفاده از قراردادهای سه ساله به ازای پخش هر ۲۰۶۴۰۰ میلیارد ریال، امکان استفاده از ۱۰.۰۰۰ ثانیه آگهی رایگان را به ترتیب ۵۰٪ تلویزیونی و ۵۰٪ رادیویی خواهند داشت.

* درخصوص آگهی‌های کمتر از ۱۲ ثانیه، ملاک محاسبه همان ۱۲ ثانیه خواهد بود.

* تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

«جدول شماره ۲۸» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۲ در تلویزیون

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

تبصره ۳۴: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی‌های قبل از هر برنامه است، درصورت پخش در سایر موقعیت‌ها (بین، و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

تبصره ۳۵: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در بهمن و اسفند ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۲۹» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۲ در تلویزیون

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

«جدول شماره ۳۰» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۲ در رادیو

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

تبصره ۳۶: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در بهمن و اسفند ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«جدول شماره ۳۱» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۲ در رادیو

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

تبصره ۳۷: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت ها (بین و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.
هـ - گروه سوم:

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

«جدول شماره ۳۲» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه ماهانه	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۱.۰۰۰	۴۰	۱۴۰۰
۲	۱.۸۰۰	۸۰	۳.۲۴۰
۳	۳.۰۰۰	۱۲۰	۶.۶۰۰
۴	۵.۰۰۰	۱۶۰	۱۳.۰۰۰
۵	۸.۲۰۰	۲۰۰	۲۴.۶۰۰
۶	۱۲.۰۰۰	۲۸۷	۴۶.۴۴۰
۷	۱۸.۰۰۰	۳۷۰	۸۴.۶۰۰
۸	۲۹.۰۰۰	۴۵۰	۱۵۹.۵۰۰
۹	۳۹.۰۰۰	۵۳۰	۲۴۵.۷۰۰
۱۰	۶۰.۰۰۰	۶۰۰	۴۲۰.۰۰۰
۱۱	۹۲.۰۰۰	۷۵۰	۷۸۲.۰۰۰

«جدول شماره ۳۳»

ردیف	اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۹ تلویزیونی	
	درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱	۱۵	۵۰
۲	۲۵	۷۵
۳	۶۰	۱۵۰
۴	۹۰	۱۸۰
۵	۱۵۰	۲۷۰
۶	۲۱۰	۳۲۰
۷	۳۱۰	۴۰۰
۸	۴۱۰	۵۰۰
۹	۵۵۰	۷۰۰

تبصره ۳۸: استفاده از ضریب افزایش بودجه در سال ۱۴۰۰ منوط به عقد و پخش قرارداد حداقل ۵ میلیارد ریالی در تلویزیون و ۱ میلیارد ریالی در رادیو در سال ۱۳۹۹ است.

تبصره ۳۹: برای عملیاتی کردن افزایش بودجه سال ۱۴۰۰، قراردادهای صاحبان کالا و خدمات در سال ۱۳۹۹ یا باید کامل پخش شده باشد یا تمام مبلغ آن وصول شده باشد.

«جدول شماره ۳۴» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	میزان بودجه ماهانه	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی	
		درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱	۵۰۰	۱۰۰	۱.۰۰۰
۲	۱.۰۰۰	۱۷۰	۲.۷۰۰
۳	۱.۵۰۰	۲۴۰	۵.۱۰۰
۴	۳.۰۰۰	۳۷۰	۱۴.۱۰۰
۵	۵.۳۰۰	۵۰۰	۳۱.۸۰۰
۶	۸.۰۰۰	۷۰۰	۶۴.۰۰۰
۷	۱۱.۰۰۰	۱۰۰۰	۱۲۱.۰۰۰
۸	۱۶.۰۰۰	۱۵۰۰	۲۵۶.۰۰۰

«جدول شماره ۳۵»

ردیف	اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۹ رادیویی	
	درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱	۱۵	۵۰
۲	۲۵	۹۰
۳	۴۵	۱۷۰
۴	۷۰	۲۰۰
۵	۹۰	۲۷۰
۶	۱۵۰	۳۴۰
۷	۳۱۰	۵۰۰
۸	۴۰۰	۶۵۰
۹	۵۵۰	۸۵۰

تبصره ۴۰: 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.

و - قراردادهای حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار سه ساله گروه سوم :

به منظور توسعه بازار و افزایش توان تولید، و حمایت از زنجیره های توزیع و فروش به جهت سیاست گذاری در روند فعالیتهای توزیعی و فروش و همچنین ارتقاء سطح زندگی در مصرف کنندگان ، دو روش قرارداد با صاحبان کالا و خدمات منعقد می‌شود:

الف - درصد از فروش

ب - پرداخت به صورت معین، طی چک در تاریخهای معین

شرایط انعقاد قراردادهای سه ساله با صاحبان کالا و خدمات، پس از پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تصویب معاون منابع مالی و سرمایه انسانی در قالب تفاهم نامه و عقد قرارداد توسط اداره کل بازرگانی با منظور نمودن شرایط مندرج در قراردادهای سه ساله عملیاتی می شود.

شرایط عمومی:

۱- حداقل تولیدکننده ۵ محصول نهایی یا ویژند باشند.

۲- شرکت‌های پخش محصولات نهایی با مشخصات زیر:

۱-۲- تعداد حداقل ۳۰ ناوگان حمل و نقل سبک و سنگین اعم از وانت، کامیونت، کامیون ساده و یا یخچال دار،

موتورسیکلت (حسب مورد)

۲-۲- تعداد حداقل ۱۰۰ نفر نیروی انسانی مستقیم یا غیر مستقیم دارای تایید پرداخت بیمه از سازمان تامین اجتماعی (حسب مورد)

۲-۳- تعداد حداقل ۱۰ دفتر نمایندگی در سطح کشور بصورت استانی، منطقه‌ای و سراسری (حسب مورد)

۲-۴- تعداد حداقل ۵۰ عامل توزیع در سطح فروشگاه کوچک و متوسط کشور (عامل غیر تکراری) (حسب مورد)

۲-۵- تعداد حداقل ۲ انبار حدود ۱۰۰۰ مترمربع انبار مرکزی جهت توزیع کالا در شهرهای مختلف+ در اختیار داشته باشد (بصورت استیجاری یا مالکیت) (حسب مورد)

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

۳- فروشگاه زنجیره‌ای توزیع کالا که حداقل ۲۰ شعبه در سطح کشور با ویژند معین داشته باشند. (حسب مورد)
* مدت این نوع قراردادها ۳۶ ماه است که در صورت درخواست صاحبان کالا و خدمات و موافقت اداره کل بازرگانی، تا شش ماه دیگر قابل تمدید است.

* انواع آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی در تمامی شبکه‌های رادیویی، تلویزیونی و ملی استانی و فضایی مجازی، تلویزیون تعاملی و سامانه‌های مربوطه به رسانه ملی و شبکه‌های برون مرزی متعلق به رسانه ملی متناسب با گویش و زبان هر شبکه برای تمام ویژگی‌های متعلق به شرکت‌های گروه که بیش از ۵۰ درصد سهام آنها متعلق به صاحبان کالا و خدمات باشد و یا ویژگی‌هایی که مالک آنها است با تصویب اداره کل بازرگانی بلامانع است.

* در خصوص آگهی‌های ملی استانی (ضرایب تشویقی مندرج در ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی سال مربوطه قابل احتساب خواهد بود).
از آنجایی که 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 خوداتکایی تمام بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) (از نظر اداره کل بازرگانی) که متناسب با زمینه کاری شرکت‌ها یا ویژگی‌های گروه سوم ارائه محصول و یا خدمات می‌کنند، به شرط آن که در ۵ سال گذشته (از سال پایه قرارداد) از هیچ‌یک از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی تبلیغ پخش نکرده باشند، پس از ارائه مدارک مثبت ذیربط، و تصویب اداره کل بازرگانی مشمول استفاده از ظرفیت‌های تبلیغاتی مذکور خواهند بود. (به استثناء فعالان فضای مجازی که توضیحات آن در بند «ه» ماده

۱۱ آمده است) لازم به ذکر است صاحبان کالا و خدماتی که از طرح حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار استفاده نموده اند محدودیتی برای استفاده از ظرفیت تفاهم‌نامه و قرارداد سه ساله پس از تصویب اداره کل بازرگانی ندارند. تعداد نیروی انسانی بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) از نظر اداره کل بازرگانی در قراردادهای عادی، سه ساله و فضای مجازی ،تلویزیون تعاملی و سامانه‌های مربوطه به رسانه ملی به شرح ذیل است:

۱- حداکثر ۳۰ نفر برای قراردادهای عادی و سه ساله و حداکثر ۳ نفر برای قراردادهای فضای مجازی در بنگاه های کوچک

۲- حداکثر ۷۰ نفر برای قراردادهای عادی و سه ساله و حداکثر ۳۰ نفر برای قراردادهای فضای مجازی . در بنگاه های متوسط

تبصره ۴۱: صاحبان کالا و خدمات می‌توانند در حوزه دیجیتال از این نوع قراردادهای سه ساله مطابق بند «و» ماده ۱۱ استفاده نمایند.

* مجموع امتیازات اضافه پخش قراردادهای سه ساله گروه سوم حداکثر جدول شماره ۳۶ میباشد.

«جدول شماره ۳۶» (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	۵۵۰۰	۱۴۰.۰۰۰.۰۰۰
۵	۳.۵۰۰.۰۰۰	۶۵۰۰	۲۳۱.۰۰۰.۰۰۰
۶	۶.۰۰۰.۰۰۰	۷۰۰۰	۴۲۶.۰۰۰.۰۰۰
۷	۱۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۰.۰۰۰	۱.۰۱۰.۰۰۰.۰۰۰

* صاحبان کالا و خدمات که قرارداد سه ساله منعقد می نمایند ، در صورت تمایل می توانند حداقل ۱۵ درصد کل بودجه را در رادیوآگهی پخش نمایند.

قراردادهای سه ساله علاوه بر پخش قراردادی و اضافه پخش ذیربط، در این سه سال تا سقف ۱۵۰٪ نیز مشمول تسهیلات تشویقی رایگان (با حفظ اضافه پخش های هر قرارداد) قرار می‌گیرند که متناسب با پخش های انجام شده در تمام سال‌های قرارداد و پایان هر ماه قابل استفاده است.

- * صاحبان کالا و خدمات که قرارداد سه ساله منعقد مینمایند به ازای پخش هر ۲۰۶۴۰۰ میلیارد ریال، امکان استفاده از ۱۰.۰۰۰ ثانیه آگهی رایگان را به ترتیب ۵۰٪ تلویزیونی و ۵۰٪ رادیویی خواهند داشت.
- * درخصوص آگهی‌های کمتر از ۱۲ ثانیه، ملاک محاسبه همان ۱۲ ثانیه خواهد بود.
- * تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.
- * این تسهیلات فقط مشمول کالا و خدمات ایرانی است که در کشور ایران تولید می شود و عرضه آن در داخل کشور و یا خارج از کشور است .
- : میزان پخش آگهی هر سال حسب نیاز صاحبان کالا و خدمات تا سقف قرارداد و یا متمم آن خواهد بود.
- * طبقات برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی که طی دوره سه ساله تفاهم مطابق روال عمومی از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و اعلام می‌شود، ملاک عمل است.

الف - درصد از فروش

«جدول شماره ۳۷»

ردیف	گروه سوم صاحبان آگهی		درصد
۱	آرایشی بهداشتی		۷
۲	مواد غذایی و آشامیدنی		۷
۳	ساختمان و تاسیسات		۱۰
۴	لوازم خانگی و اداری		۳
۵	پوشاک ، کیف ، کفش و لوازم تزئینی	سال اول	۱۳
		سال دوم	۱۴
		سال سوم	۱۵
۶	خودرو و لوازم یدکی ماشین آلات، تجهیزات فنی و تولید صنایع فلزی		۱/۵
۷	فرآورده های نفتی ، گازی ، پتروشیمی ، شیمیایی و سوخت		۱۰
۸	انتشارات چاپ،نشر و لوازم التحریر		۳
۹	حوزه سلامت و درمان		۵
۱۰	گروه فرهنگی		۵
۱۱	خدمات		۱۰
۱۲	خدمات فضای مجازی		۳۰
۱۳	فروشگاه های زنجیره ای	سال اول	۲
		سال دوم	۱/۵
		سال سوم	۱

تبصره ۴۲: پو شاک، کیف، کفش و لوازم تزئینی در صورتی که با ارائه مدارک مثبت به اهدای حداکثر ۵۰ درصد تخفیف فروخته شوند، در همان دوره ارائه تخفیف، در صدهای مندرج در جدول ۳۷ نیز متناسب با همان میزان تخفیف (حداکثر تا ۵۰ درصد) کاهش خواهد یافت.

برای تبلیغ فروشگاه های زنجیره ای درصد فروش خالص فاکتور صندوق پس از کسر ارزش افزوده ملاک محاسبه مندرج در جدول شماره ۳۷ با توجه به مدل توسعه فروشگاه ها بر مبنای تعدادی و تجاری و همچنین مدل اقتصادی ، تجاری مشروط به آن که امکان تحقق قرارداد را میسر نماید درصدها به صورت صعودی و یا نزولی با رعایت حداقل مندرج در جدول خواهد بود.

صاحب آگهی متقاضی موظف است طبق درصد مشخص شده در جدول شماره ۳۷، سهم فروش محصول تبلیغ شده پس از کسر تخفیفات فروش حداکثر تا سقف ۲۰٪ و همچنین برگشت از فروش با رعایت تبصره ۴۳ و ۴۴ و ۴۵ خود را بر اساس زمان معین که با پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تصویب معاون منابع مالی و سرمایه انسانی در تفاهم نامه و قرارداد آن را تعیین میکنند به حساب خزانه داری کل کشور به نام سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران کارسازی کند.

تبصره ۴۳: مبنای سهم سازمان صدا و سیما از فروش هر کدام که بالاتر باشد از نرخ پایه کارخانه و یا فاکتورهای صادره توسط زنجیره توزیع منتقل گردد ، خواهد بود.

تبصره ۴۴: در صورتیکه برگشت از فروش جزء ضایعات که قابلیت فروش داشته باشد سهم سازمان صدا و سیما متناسب کسر انجام شده از فروش اسقاطی صورت گرفته محاسبه و پرداخت خواهد شد.

تبصره ۴۵: در صورتیکه برگشت از فروش قابلیت فروش مجدد را داشته باشد در زمان فروش بعدی محاسبه کسر شده در سهم سازمان صدا و سیما عودت می گردد.

صاحب آگهی متقاضی مکلف است امکانات و بسترهای لازم برای حضور نماینده یا نمایندگان تام‌الاختیار سازمان صداوسیما و دسترسی ایشان به اطلاعات مورد نیاز فروش محصول تبلیغ شده خود را به گونه‌ای فراهم نماید که در هر زمان شناسایی کل فروش به منظور شناسایی سهم از فروش محصول یا خدمات تبلیغ شده برای وصول، قابلیت محاسبه را دارا باشد.

در صورت پخش تبلیغات صاحبان کالا و خدمات از شبکه‌های برون‌مرزی متعلق به رسانه ملی، میزان فروش حاصله در کشورهای مبدأ جزء تعهدات صاحب آگهی بوده و تفاهم‌نامه فی‌مابین مبنای محاسبه درصد از سهم فروش محصول تبلیغ شده خواهد بود. در غیر اینصورت فروش کالا و خدمات خارج از مرزهای کشور مبنای سهم سازمان صدا و سیما نمی باشد.

چنان چه درصدهای مندرج در جدول شماره ۳۷ بر مبنای مدل اقتصادی ، تجاری طرحهای بنگاه های اقتصادی است. در صورتیکه مدل اقتصادی ، تجاری برای یک دوره سه ساله پاسخگوی قراردادی سازمان نباشد تغییرات در درصدهای مذکور با پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تصویب معاون منابع مالی و سرمایه انسانی اقدام خواهد شد .

۱- تعهدات صاحبان کالا و خدمات در روش درصدی از فروش:

- سه فقره چک در قالب طرح اقتصادی تجاری صاحبان کالا و خدمات که مجموع آن برابر با کل قرارداد می باشد بعنوان تعهدات اجرایی برای دوره قرارداد اخذ می شود.

یک فقره چک به تاریخ پایان سال سوم تفاهم نامه و قرارداد منعقدہ اخذ می شود.

چک‌های بند اول که از سوی صاحب آگهی و به عنوان اجرای تعهدات قرارداد فی مابین به امور مالی اداره کل بازرگانی تحویل داده می شود، به ازای حداکثر هر دوره یک ساله و متناسب با میزان فروش و پرداخت‌های انجام شده از سوی صاحب آگهی، قابل تعدیل و جایگزینی با چک دیگر است.

باتوجه به برنامه‌های فروش و سهم رسانه ملی از تبلیغات کالاها و خدمات صاحب آگهی، سه فقره چک اخذ شده در قالب طرح اقتصادی تجاری صاحبان کالا و خدمات در صورت عدم تحقق اهداف مذکور به شرح ذیل تعدیل خواهند شد:

۱-۱ در صورت کاهش میزان تحقق درآمدهای سال اول بر مبنای طرح اقتصادی تجاری صاحبان کالا و خدمات، چک قبلی تعهدات سال اول به ازای ارائه یک فقره چک به میزان کسری به تاریخ پایان سال دوم به امور مالی اداره کل بازرگانی تحویل می دهد و چک سال اول عودت داده می شود. در صورت عدم تحقق درآمد سال دوم، مجدداً مابه التفاوت میزان تفاهم و قرارداد محاسبه و مابه التفاوت طی یک فقره چک به تاریخ پایان سال سوم اخذ و چک قبلی سال دوم عودت داده می شود.

۱-۲ در صورت تحقق وصول درآمدهای سال اول افزون بر طرح اقتصادی تجاری اولیه ضمن عودت چک سال اول مابه التفاوت اضافه وصول شده با اصلاح چک سال دوم عملیاتی خواهد شد صاحبان کالا و خدمات در صورت ارائه چک مابه التفاوت عملکرد سال اول میتواند چک سال دوم خود را دریافت نماید در صورت تحقق وصول درآمدهای سال دوم افزون بر طرح اقتصادی تجاری اولیه ضمن عودت چک سال دوم مابه التفاوت اضافه وصول شده با اصلاح چک سال سوم عملیاتی خواهد شد صاحبان کالا و خدمات در صورت ارائه چک مابه التفاوت عملکرد سال دوم میتواند چک سال سوم خود را دریافت نماید.

۱-۳ در صورت کاهش سهم فروش محصولات و خدمات از مبلغ تعیین شده، مشروط بر تحقق دست کم ۸۰٪ مبلغ تفاهم نامه و قرارداد منعقدہ، سهم درآمدی سازمان همان ۸۰٪ و پرداخت تمام این مبلغ برعهده صاحب آگهی است. در این شرایط از سوی اداره کل بازرگانی هیچ گونه تعدیل منفی ای به امتیازات قرارداد تا میزان ۸۰٪ مبلغ تفاهم تعلق نخواهد گرفت. لیکن مبنای محاسبه ۸۰٪ مبلغ تفاهم نامه مضمون ضروب عدد حداقل تعهد (کف) درآمد از سوی صاحبان کالا و خدمات در امتیاز تفاهم نامه و قرارداد می باشد.

۱-۴ مبنای محاسبه درصد سهم سازمان صدا و سیما از فروش محصولات تبلیغ شده، میزانی است که در تفاهم نامه و قرارداد مشخص می شود و از کل فروش محصول تبلیغ شده بدون کسر هرگونه کسوراتی است. در صورت افزایش فروش محصول تبلیغ شده، درآمد رسانه ملی از حداقل ۱۰۰٪ مبلغ تفاهم نامه و قرارداد منعقدہ تا سقف ۱۲۵٪، هیچ امتیاز تشویقی به قرارداد افزوده نخواهد شد لیکن مبنای محاسبه ۱۲۵٪ مبلغ تفاهم نامه مضمون ضروب عدد (حداکثر) تعهد درآمد از سوی صاحبان کالا و خدمات در امتیاز تفاهم نامه و قرارداد می باشد. در صورت افزایش بیش از ۱۲۵٪ سهم رسانه ملی از فروش محصول تبلیغ شده، امتیازات تشویقی ذیربط نیز متناسب

با مبلغ درآمد وصولی با توافق طرفین و در قالب متمم قرارداد با رعایت ضوابط مربوطه افزوده خواهد شد. از آنجا که با افزایش فروش محصول تبلیغ شده، سقف درآمد رسانه ملی نیز افزوده خواهد شد، سهم رسانه ملی از این فروش کماکان همان در صد م شخص شده در تفاهم نامه و قرارداد خواهد بود. سهم طرف مقابل، تعرفه ها و امتیازات حمایت از تولیدات داخلی و اشتغال پایدار مندرج در تفاهم نامه و قرارداد خواهد بود.

ب - پرداخت به صورت معین، طی چک در تاریخ های معین
«جدول شماره ۳۸»

درصد پرداخت و زمان پرداخت در قراردادهای سه ساله					
ردیف	درصد پرداخت سه سال	جدول زمان پرداخت (سال / شش ماهه اول و دوم)	درصد پرداخت شش ماهه	جدول زمان پرداخت (سه ماهه)	درصد پرداخت سه ماهه
۱	۲۰	سال اول	۴۰	سه ماهه اول	۴۰
				سه ماهه دوم	۶۰
			۶۰	سه ماهه سوم	۴۰
				سه ماهه چهارم	۶۰
۲	۳۵	سال دوم	۴۰	سه ماهه اول	۴۰
				سه ماهه دوم	۶۰
			۶۰	سه ماهه سوم	۴۰
				سه ماهه چهارم	۶۰
۳	۴۵	سال سوم	۴۰	سه ماهه اول	۴۰
				سه ماهه دوم	۶۰
			۶۰	سه ماهه سوم	۴۰
				سه ماهه چهارم	۶۰

«جدول ۳۹» 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 ۴۶: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در بهمن و اسفند ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«**جدول شماره ۴۰**» 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 ۴۱**» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در رادیو

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

تبصره ۴۷: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در بهمن و اسفند ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«**جدول شماره ۴۲**» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در رادیو

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

تبصره ۴۸: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت ها (بین و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

در صورتیکه صاحبان آگهی متقاضی قراردادهای سه ساله ، تمام یا بخشی از قرارداد و یا امتیازات متعلق به آن را تحت هر عنوانی خارج از ظرفیت های تولیدی، توزیعی و فروشگاهی ویا تغییر مالکیت خود به غیر واگذار نماید، قراردادهای سه ساله فسخ و پخش های انجام شده مطابق تعرفه های عادی محاسبه و اعمال خواهد شد.

شرکت ها و کانون های تبلیغاتی که در تخلف مذکور با صاحبان کالا و خدمات همراهی داشته باشند کارمزد قرارداد مربوطه صفر و همچنین به ازای هر بار عدم رعایت این بند، یک رتبه از رتبه بندی 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 می آید.

ج - شرایط قهری (فورس ماژور)

هر نوع شرایط قهری (فورس ماژور) که اجرای تمام یا قسمتی از موضوع این تفاهم نامه رامختل کند، موجب توقف اجرای آن محسوب می شود و مطابق با میزان خدمات انجام شده از سوی طرفین، نسبت به تسویه حساب و اعلام اتمام تفاهم نامه و قرارداد است.

* در صورتی که سازمان صدا و سیما به هردلیل به غیر از موارد غیرمترقبه و عدم اجرای تعهدات از سوی طرف دوم، از ادامه اجرای تفاهم نامه جلوگیری نماید، حق هیچ تبدیلی در امتیازات مندرج در تفاهم نامه و قراردادها را نداشته و مفاد تسهیلات تفاهم نامه به قوت خود باقی خواهد بود. در این شرایط، صاحب کالا یا خدمات صرفاً موظف است در صد تعیین شده از سهم فروش محصولات تبلیغ شده خود را که در تفاهم نامه تعیین شده، به میزان پخش انجام شده تا زمان فسخ قرارداد به سازمان صدا و سیما پرداخت کند.

* در صورت بروز هرگونه موارد غیرمترقبه مانند سیل، زلزله، آشوب، جنگ، اعتصاب یا آتش سوزی که امکان تولید را کاملاً مختل نماید، تحریم های شدیدی که منجر به ایجاد مشکلات جدی در تأمین مواد اولیه شود و ...، هیچ مسؤولیتی متوجه صاحبان کالا و خدمات نخواهد بود و تفاهم نامه مشمول موارد غیرمترقبه شده و براساس شرایط پیش آمده و نتیجه کارشناسی سه نفر کارشناس رسمی دادگستری که به شکل زیر انتخاب می شوند، اتخاذ تصمیم شده و تفاهم جدیدی انجام خواهد شد.

۱- یک کارشناس رسمی دادگستری مرتبط با موضوع از سوی اداره کل بازرگانی

۲- یک کارشناس رسمی دادگستری مرتبط با موضوع از سوی صاحبان کالا و خدمات

۳- یک کارشناس رسمی مرضی الطرفین دادگستری مرتبط با موضوع

تبصره ۴۹: لازم به ذکر است که دو رای از سه رای کارشناسان رسمی دادگستری مرتبط با موضوع ملاک عمل خواهد بود.

تبصره ۵۰: در صورت درخواست صاحبان کالا و خدمات مبنی بر ایجاد محدودیتی خارج از اراده که منجر به توقف کامل فعالیت های این صنف علاوه بر این صاحب کالا و خدمات شده است و ادامه فعالیت این صنف به هیچ

عنوان امکان پذیر نیست سه گروه کارشناس رسمی دادگستری متخصص در امور مربوطه به ترتیب ذیل انتخاب می شوند:

- گروه اول منتخب صاحبان کالا و خدمات
- گروه دوم منتخب سازمان صدا و سیما
- گروه سوم منتخب دستگاه قضایی

نتایج حاصله از گروه کارشناس رسمی دادگستری متخصص برای طرفین لازم الاجراء است

تمام هزینه های کارشناسان رسمی دادگستری متخصص مرتبط با موضوع برعهده صاحبان کالا و خدمات است .

- صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۹۹ درخواست انعقاد قرارداد کرده باشند، می توانند اسناد و مدارک مثبت مالی را تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ به امور مالی اداره کل بازرگانی تحویل دهند و پخش آن را حداکثر از ۱۳۹۹/۱۲/۱ آغاز نمایند تا مشمول استفاده از ضوابط دوره عقد قرارداد شوند. در غیر این صورت، تمامی قراردادهای ارائه شده از سوی اداره کل بازرگانی لازم الاجراء نبوده و از درجه اعتبار ساقط خواهد شد .

تبصره ۵۱: هرگونه تغییر در ضوابط و ساختارهای هریک از انواع قراردادهای یک ساله و سه ساله طی دوره اجرای آن ها، منوط به پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تصویب معاون محترم منابع مالی و سرمایه انسانی است.

د - متمم قرارداد :

- ۱ - صاحبان کالا و خدمات که قبل از تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ نسبت به متمم قرارداد اقدام نمایند و مدارک مثبت را نیز تحویل امور مالی اداره کل بازرگانی نمایند ضوابط و مقررات سال عقد قرارداد ، ملاک متمم قرارداد است .

- ۲ صاحبان کالا و خدماتی که بعد از تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ نسبت به عقد قرارداد یا متمم اقدام نمایند ضوابط و مقررات سال ۱۴۰۰ برای قرارداد و یا متمم قراردادهای سه ساله حاکم خواهد بود به عبارت دیگر امتیازات ما به التفاوت متمم بر اساس سال ۱۴۰۰ اعطا خواهد شد .

هـ - پخش آگهی در فضای مجازی، تلویزیون تعاملی (تلویون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صداوسیما

گسترش فزاینده فناوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی به ویژه شبکه جهانی اینترنت و آثار چشمگیر آن در ابعاد زندگی فردی و اجتماعی و لزوم سرمایه گذاری وسیع و هدفمند در جهت بهره گیری حداکثری از فرصت های ناشی از آن در جهت پیشرفت همه جانبه کشور در حوزه های فرهنگی ، اجتماعی و اقتصادی و ارائه خدمات گسترده و مفید به قشرهای گوناگون مردم ، رسانه ملی را بر آن داشت تا بسترهای لازم برای حضور صاحبان کالا و خدمات را در پخش آگهی در فضای مجازی، تلویزیون تعاملی (تلویون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صداوسیما فراهم کند.

چنانچه صاحبان کالا و خدمات در هریک از انواع قراردادهای خود (یک ساله یا سه ساله)، بخشی از بودجه خود را برای پخش تبلیغات در فضای مجازی، تلویزیون یا سایر سامانه‌های متعلق به صداوسیما اختصاص دهند، مبلغ این قراردادها بدون کسر امتیازات تشویقی، در قالب یک قرارداد متمم حاوی ضوابط، مقررات و ساختارهای تبلیغات در فضای مجازی رسانه ملی، عملیاتی خواهد شد.

در صورتی که صاحبان کالا و خدمات نسبت به انعقاد قرارداد جداگانه اقدام نمایند، بر مبنای روش‌های انتخابی یا ترکیبی از روش‌های انتخابی (متعاقباً توسط اداره کل بازرگانی اعلام خواهد شد) ملاک اجرای قرارداد قرار گرفته و اقدام خواهد شد.

تبصره ۵۲: صاحبان کالا و خدمات که برای پخش تبلیغات در فضای مجازی، تلویزیون تعاملی و سامانه‌های متعلق به رسانه ملی با اداره کل بازرگانی قرارداد منعقد نمایند، حسب مورد، مشمول ظرفیت‌های تشویقی و حمایتی ارائه شده توسط اداره کل بازرگانی طی دوره قرارداد می شوند

در صورتی که در راستای گسترش ارائه خدمات به مصرف‌کنندگان نهایی، سامانه‌های توزیع و فروش بخواهند در تبلیغات خود از ویزند و ظرفیت‌های تشویقی صاحبان کالا و خدماتی که SME محسوب می‌شوند استفاده کنند، مشروط به اینکه در هر آگهی علاوه بر پلت‌فرم از یک ویزند استفاده نمایند مشمول ضریب ۱.۵ برابری و برای دو ویزند مشمول ضریب ۲ برابری، برای ۳ ویزند مشمول ضریب ۳.۵ برابری و برای بیش از ۳ ویزند، مشمول ضریب ۶ برابری خواهند بود. ضمناً این ضرایب علاوه بر ضرایب ویزند قرارداد اصلی است.

تبصره ۵۳ : به‌علاوه چنانچه ویزند مورد تبلیغ ضریب خاصی داشته باشد، این ضریب نیز اعمال خواهد شد.

تبصره ۵۴: جداول و نرخنامه ها و تعرفه های سالانه حسب مورد برای هر یک از سامانه هایی که مورد تایید اداره کل بازرگانی باشد قابلیت اجرا را داراست

و - افزایش بودجه گروه‌ها

در تمامی 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.

ماده ۱۲- تسهیلات تشویقی حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار گروه سوم که بیش از ۵۱٪ سهام

آن‌ها متعلق به بخش خصوصی است:

حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار 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 سرافرازی کشور است.

رسانه ملی طی سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ با سیاست‌گذاری بر پایه این مهم‌ترین عامل، در حمایت از تولید داخلی و اشتغال پایدار نقش‌آفرینی نموده و در ادامه سیاست‌های مذکور، در سال ۱۴۰۰ بسته حمایتی ذیل را اعلام می‌نماید. صاحبان کالای گروه سوم که تولید کننده محصول نهایی برای مصرف کننده نهایی هستند در صورتی که طی سال ۱۳۹۹ (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 ۵۵: آن دسته از بنگاه‌های اقتصادی مشمول ماده ۱۲ که در سال ۱۳۹۹ از تسهیلات تشویقی استفاده نموده‌اند، با رعایت ماده ۱۲ و تبصره‌های ذیربط در سال ۱۴۰۰ 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 ۵۶: مبنای محاسبه برای آن دسته از صاحبان کالا و خدمات مشمول استفاده از تسهیلات تشویقی که در سال ۹۹ از این طرح استفاده نموده‌اند، میزان پرداخت حقوق و مزایا و دستمزد از ماه بعد از استفاده از تسهیلات تشویقی سال ۹۹ است.

تبصره ۵۷: 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 ۵۸: چنان‌چه شرکتی از ظرفیت تشویقی ماده ۱۲ 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 ۵۹: 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 ۶۰: مبلغ طبق تعرفه تبلیغات حمایت از اشتغال داخلی به صورت ۵۰٪ تلویزیونی ۵۰٪ رادیویی تقسیم می‌شود.

تبصره ۶۱: در صورتی که پرداخت حقوق و مزایای پرسنل صاحب آگهی نسبت به سال پایه (۹۹)، ۵۰٪ افزایش داشته باشد، مبلغ تعرفه قرارداد منعقد نیز ۵۰٪ افزایش خواهد یافت.

تبصره ۶۲: 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 ۶۳: 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 ۶۴: تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

تبصره ۶۵: این تسهیلات فقط مشمول کالاهای تولید در ایران است.

تبصره ۶۶: هر گونه کتاب (اعم از آموزشی و کمک آموزشی و) و انتشارات می‌توانند از بند ۴-۵ استفاده نمایند.

تبصره ۶۷: چنان‌چه هریک از صاحب آگهی برخوردار از این تسهیلات، به هر نحوی از انحاء تبلیغات محصولات خود را از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان پخش کند، این تسهیلات کان‌لم‌یکن تلقی شده و هزینه آن بر اساس تعرفه‌های موجود و به نرخ روز محاسبه و اخذ خواهد شد.

تبصره ۶۸: 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 ۱۳۹۹ باشند، متناسب با مبلغ قرارداد، علاوه بر مبلغ فوق الذکر طبق جدول ذیل تسهیلات تشویقی اعطاء می گردد (به استثناء قراردادهای هلدینگ).

(ارقام به میلیون ریال)

«جدول شماره ۴۳»

ردیف	از مبلغ	تا مبلغ	درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد افزایش
۱	۱.۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۷۰	۵
۲	۱۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۱	۳۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۵۰	۱۰
۳	۳۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۱	۸۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۴۰	۱۵
۴	۸۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۱	۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۳۰	۲۰
۵	۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۱	به بالا	۲۰	۳۰

ماده ۱۳ - حمایت از مشاغل آسیب دیده از ویروس کرونا:

از آن جا که بر اثر شیوع ویروس کرونا برخی مراکز تولیدی و خدماتی به ویژه در ماه های پایانی سال ۹۸ و در ادامه فروردین و اردیبهشت ماه سال ۹۹ با رکود فعالیت ها و محدودیت های زمانی و مکانی در نظام توزیع و عرضه روبرو شده اند (به استثناء فعالیتهای فضای مجازی)، با عنایت به شعار سال ۹۹ «جهش تولید»، رسانه ملی که همواره در راستای تحقق شعارهای سال در پی حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان کالا و خدمات داخلی است، به منظور حمایت از صنوف مختلفی که از این شرایط آسیب دیده اند، به قراردادهای یک ساله یا تفاهم نامه ها و قراردادهای سه ساله صنوف مشروحه زیر، مشروط بر این که برای اجرای تعهدات فی مابین نسبت به عقد قرارداد متمم قرارداد اولیه اقدام نمایند، امتیازاتی به شرح جدول ۴۴ اعطا می نماید.

- ۱- پوشاک
- ۲- گردشگری
- ۳- فرش، موکت و دکوراسیون منزل
- ۴- کیف، کفش و سراجی ها
- ۵- رستوران ها و فروشگاه های عرضه مستقیم محصولات غذایی آماده مصرف
- ۶- مراکز خرید سرپوشیده
- ۷- مراکز و اماکن ورزشی، تفریحی و فرهنگی
- ۸- مراکز ارائه خدمات بهداشتی

«جدول شماره ۴۴»

واحد: میلیارد ریال / ثانیه		
ردیف	مبلغ قرارداد	جمع کل ثانیه متعلقه
۱	۵۰۰	۱۵۰۰
۲	۱۰۰۰	۳۰۰۰
۳	۱۵۰۰	۴۵۰۰
۴	۲۰۰۰	۶۰۰۰
۵	۲۵۰۰	۷۵۰۰
۶	۳۰۰۰	۹۰۰۰
۷	۳۵۰۰	۱۰۵۰۰

- امتیازات حمایتی آسیب‌های ناشی از شیوع ویروس کرونا، برای تمام صنوف مشمول این حمایت‌ها، در تمام طول دوره قرارداد جاری و ساری است؛

تبصره ۶۹- چنانچه در سال ۱۴۰۰ نیز بر اساس اعلام ستاد مقابله با ویروس کرونا، محدودیت‌های ناشی از شیوع این ویروس کماکان ادامه یابد، امتیازات حمایتی این موضوع نیز کماکان به تمام صنوف مشمول، قابل اعطاست.

- تمام صنوف مورد حمایت، در سال ۱۴۰۰ نیز با رعایت تبصره ۶۹ این مجموعه، مشمول استفاده از ظرفیت تسهیلات تشویقی این بند خواهند بود.

تبصره ۷۰: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی‌های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت‌ها (بین و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

«جدول شماره ۴۵» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی کرونا در تلویزیون

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

تبصره ۷۱: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۴۶» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی کرونا در تلویزیون

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

ماده ۱۴ - تسهیلات تشویقی برای ویژند ملی :

- صاحبان کالا و خدماتی که در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ از سوی سازمان توسعه تجارت، به عنوان «ویژند ملی» شناسایی شوند، تا پایان بهمن ماه ۱۴۰۰ 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 ۱۲ ثانیه، همان ۱۲ ثانیه است.

«جدول شماره ۴۷» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی ویژند ملی

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

- تبصره ۷۲ :** در صورتی که این گروه از صاحبان آگهی بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۴۸» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی ویژند ملی

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

«جدول شماره ۴۹» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی ویژند ملی

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

تبصره ۷۳: در صورتی که این گروه از صاحبان آگهی بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۴۰۰ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«جدول شماره ۵۰» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی ویژند ملی

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

تبصره ۷۴: این تسهیلات فقط برای پخش آگهی های قبل از هر برنامه است، در صورت پخش در سایر موقعیت ها (بین، و ...) ضریب متناسب با هر موقعیت اعمال خواهد شد.

ماده ۱۵- تسهیلات تشویقی طی سال

۱. آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که پخش کلیه قراردادهای منعقد خود را تا پایان شهریور ماه ۱۴۰۰ 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 پخش‌های هر قرارداد تا ۱۴۰۰/۱۱/۳۰ ، 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 خود را تا پایان پانزدهم آبان ماه ۱۴۰۰ به اتمام برسانند مشروط بر آنکه قرارداد آن‌ها نقدی بوده، مشمول افزایش بودجه باشند یا اولین حضور خود را در صدا و سیما تجربه نمایند و تمام تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند، با حفظ اضافه پخش‌های هر قرارداد تا ۱۴۰۰/۱۱/۳۰، 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 ۷۵: برای صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که در سال ۹۷ به هر دلیلی بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده‌اند ملاک استفاده از این بند افزایش بودجه نسبت به مبلغ قبل از کسر بودجه سال ۹۷ است. در صورتی که بودجه سال ۹۹ بیش از بودجه‌ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۹ است. حضور مستمر در سال ۹۸ الزامی است

تبصره ۷۶: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانسی که در سال‌های ۹۷ و ۹۸ در حوزه‌های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می‌کنند، با رعایت تبصره شماره ۷۵ 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 ۹۹ بیش از بودجه‌ی قبل از کسر یا تعدیل سال ۹۷ باشد، ملاک عمل بودجه سال ۹۹ و در غیر این صورت، بودجه قبل از کسر و یا تعدیل سال ۹۷ ملاک است. حضور مستمر در سال ۹۸ الزامی است

تبصره ۷۷: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود .

تبصره ۷۸: 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 ۷۹: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه، فرهنگی آموزشی، کتاب و فیلم سینمایی نمی شود.

ماده ۱۶- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

«جدول شماره ۵۱»

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

«جدول شماره ۵۲»

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 نامه ای	۷۰

تبصره ۸۰: صاحبان آگهی در همه گروه ها که شروع قرارداد آنها فروردین ماه ۱۴۰۰ است، باید حداکثر تا تاریخ

۱۳۹۹/۱۲/۲۴ وجه قرارداد نقدی خود را به صورت کامل پرداخت نمایند. ملاک امکان پخش، تایید

پرداخت وجوه از سوی امور مالی بازرگانی صداوسیماست.

تبصره ۸۱: صاحبان آگهی که مایلند وجه قرارداد خود را به صورت ضمانت نامه بانکی پرداخت کنند، می توانند به

تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت نامه بانکی ارائه نمایند.

تبصره ۸۲: صاحبان آگهی گروه‌های یک و دو در طول سال ۱۴۰۰ می‌توانند در هریک از رسانه‌ها یک قرارداد نقدی منعقد نمایند.

تبصره ۸۳: 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 ۱۴۰۰/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۹ شروع نمایند).

تبصره ۸۴: به آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۴۰۰ 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، صورت حساب با درخواست بالاترین مقام تشخیص و یا معاون اداری و مالی دستگاه مربوط یا ذی حساب صاحبان کالا و خدمات صادر می‌گردد و صاحبان کالا و خدمات موظف است حداکثر ظرف مدت ۷ روز کاری پس از صدور صورتحساب، مبلغ آن را به حساب ذکر شده در قرارداد واریز نماید.

تبصره ۸۵: 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.

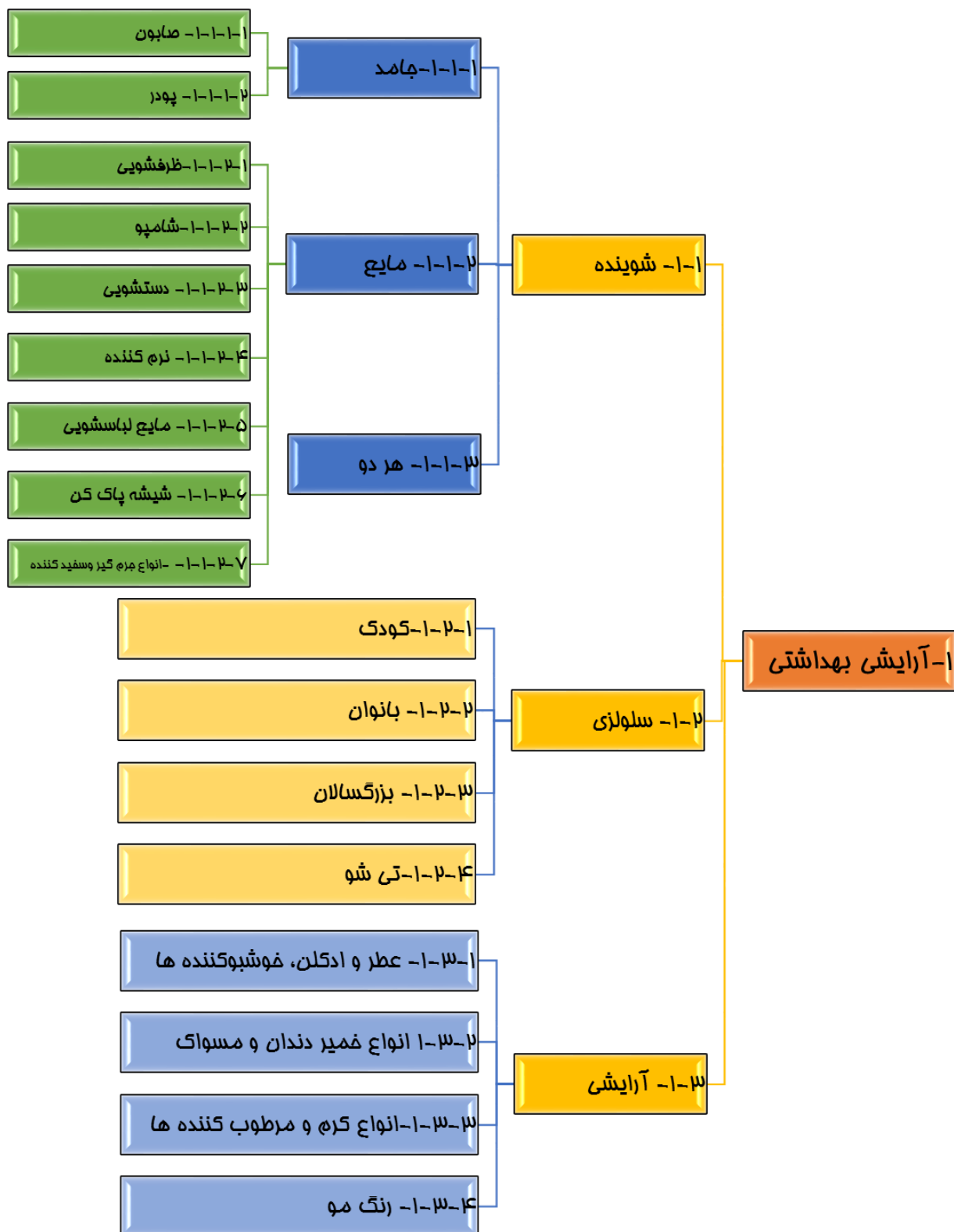
تبصره ۸۶: درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس شورای اسلامی برای سال ۱۴۰۰ جداگانه دریافت خواهد شد (مبلغ این مالیات جدا از مبلغ قرارداد دریافت شده و در جدول محاسبات بودجه قرار ندارد).

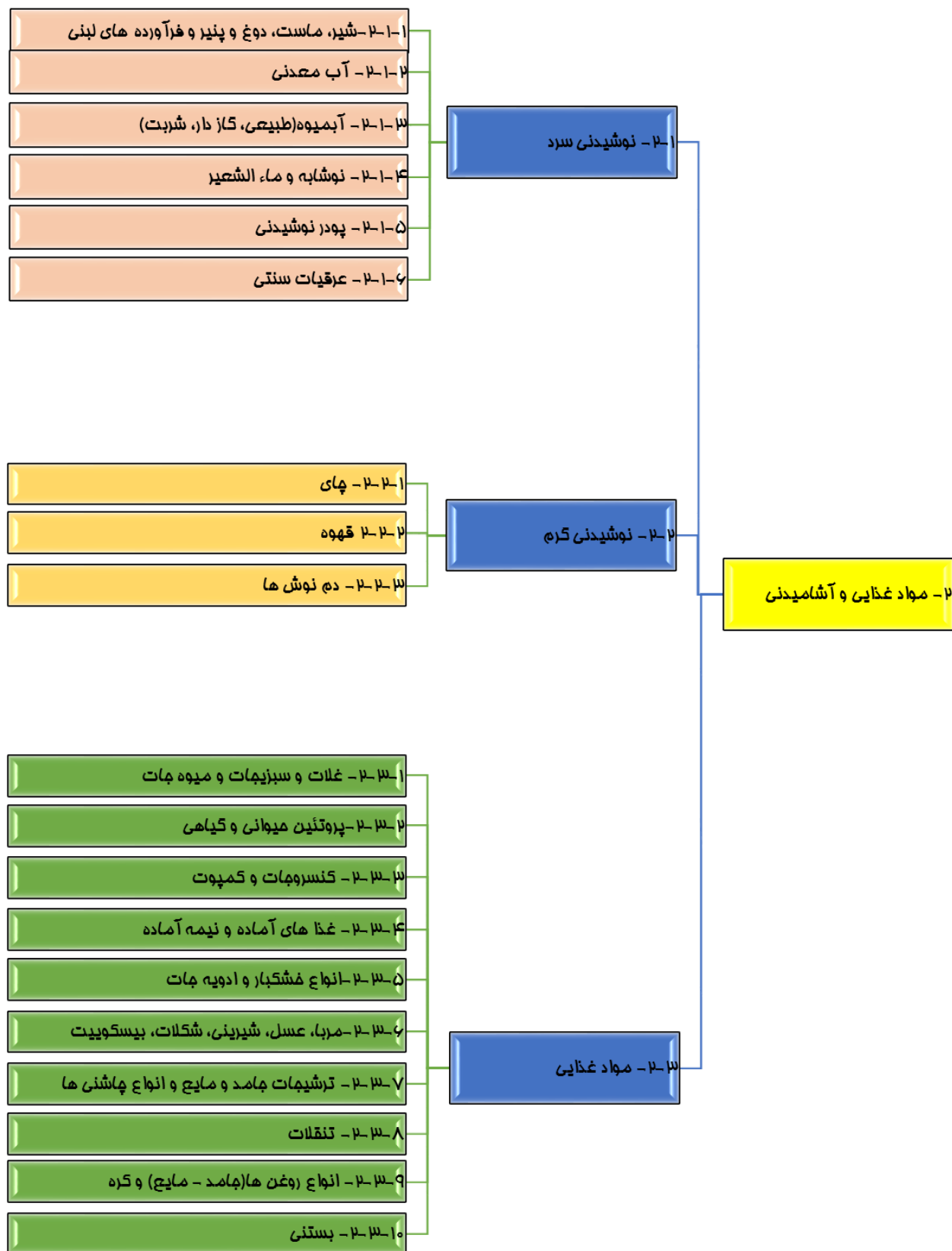
تبصره ۸۷: هرگونه تغییر کاهشی یا افزایشی حسب مورد در نحوه پرداخت مبالغ تفاهم‌نامه‌ها و قراردادها و سهم سازمان از فروش محصولات تبلیغ شده، صرفاً براساس پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تصویب معاون منابع مالی و سرمایه انسانی امکان‌پذیر است.

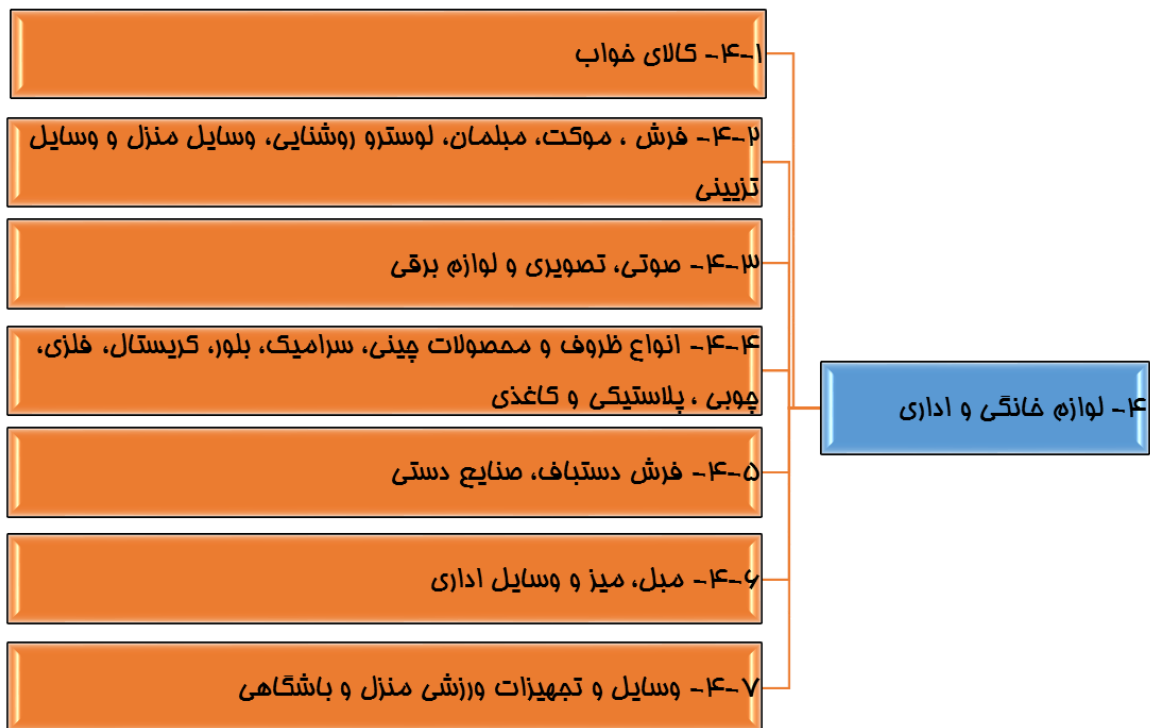
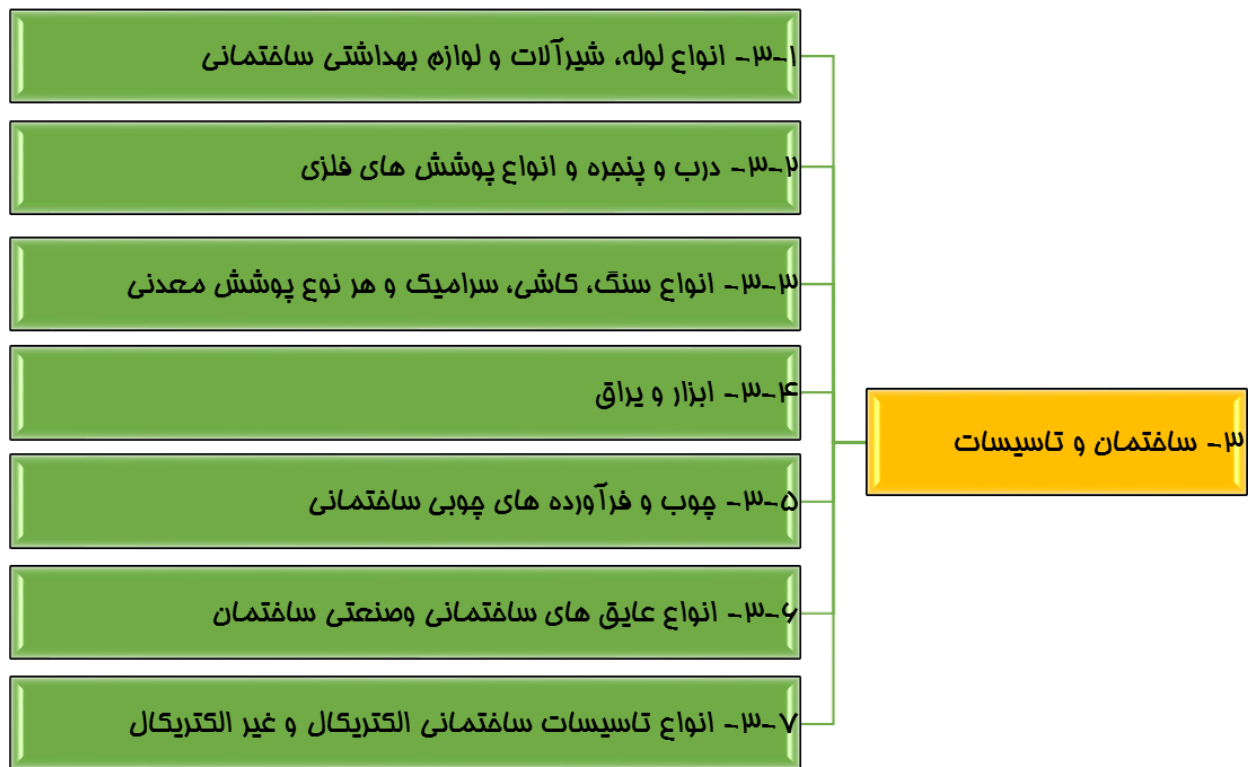
ماده ۱۷- تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان:

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 ۱۴۰۰/۱۱/۳۰، از تسهیلات تشویقی ۸۰ درصدی برخوردار خواهند بود. در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

طبقه‌بندی گروه سوم صاحبان آگهی



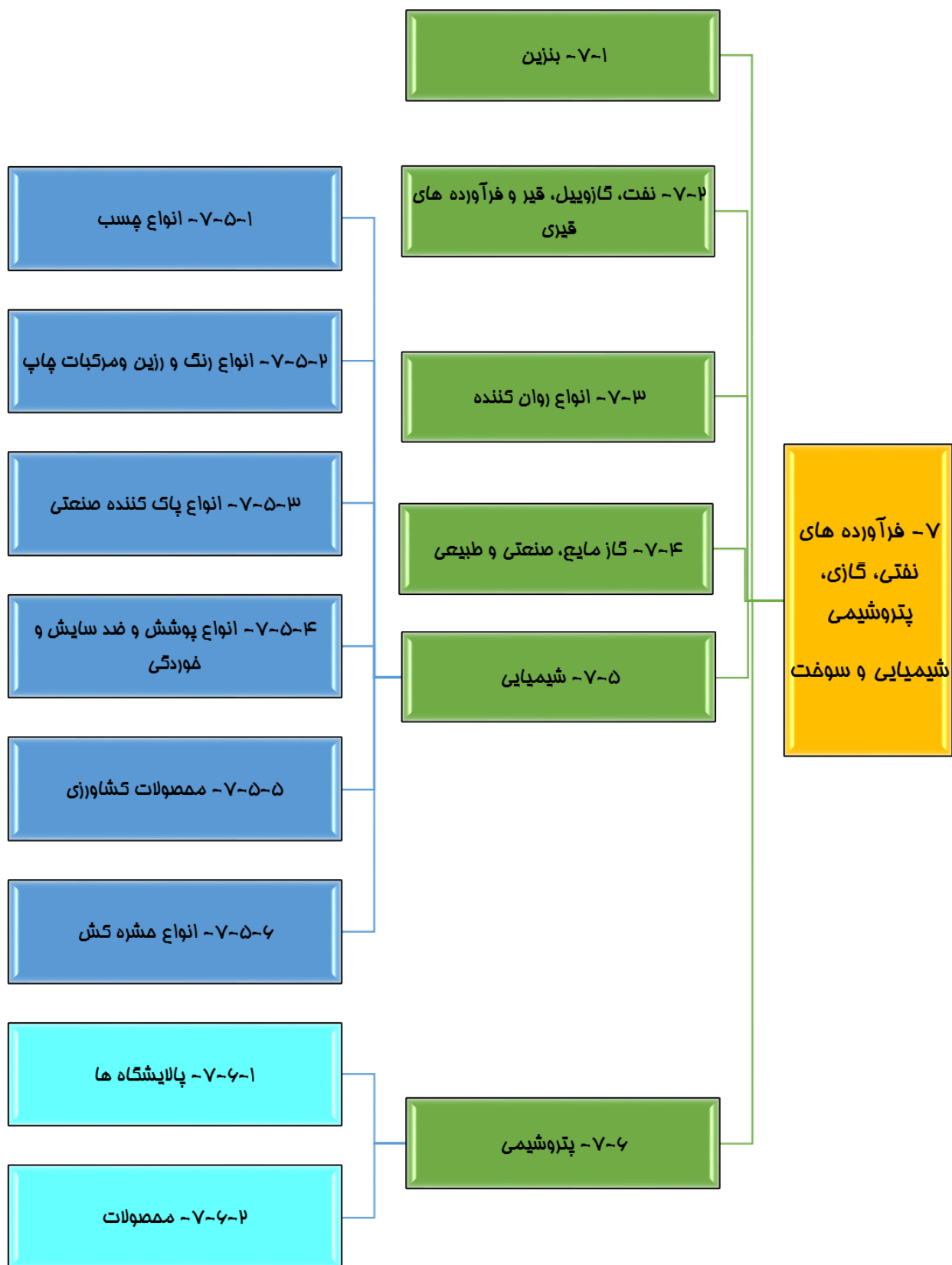


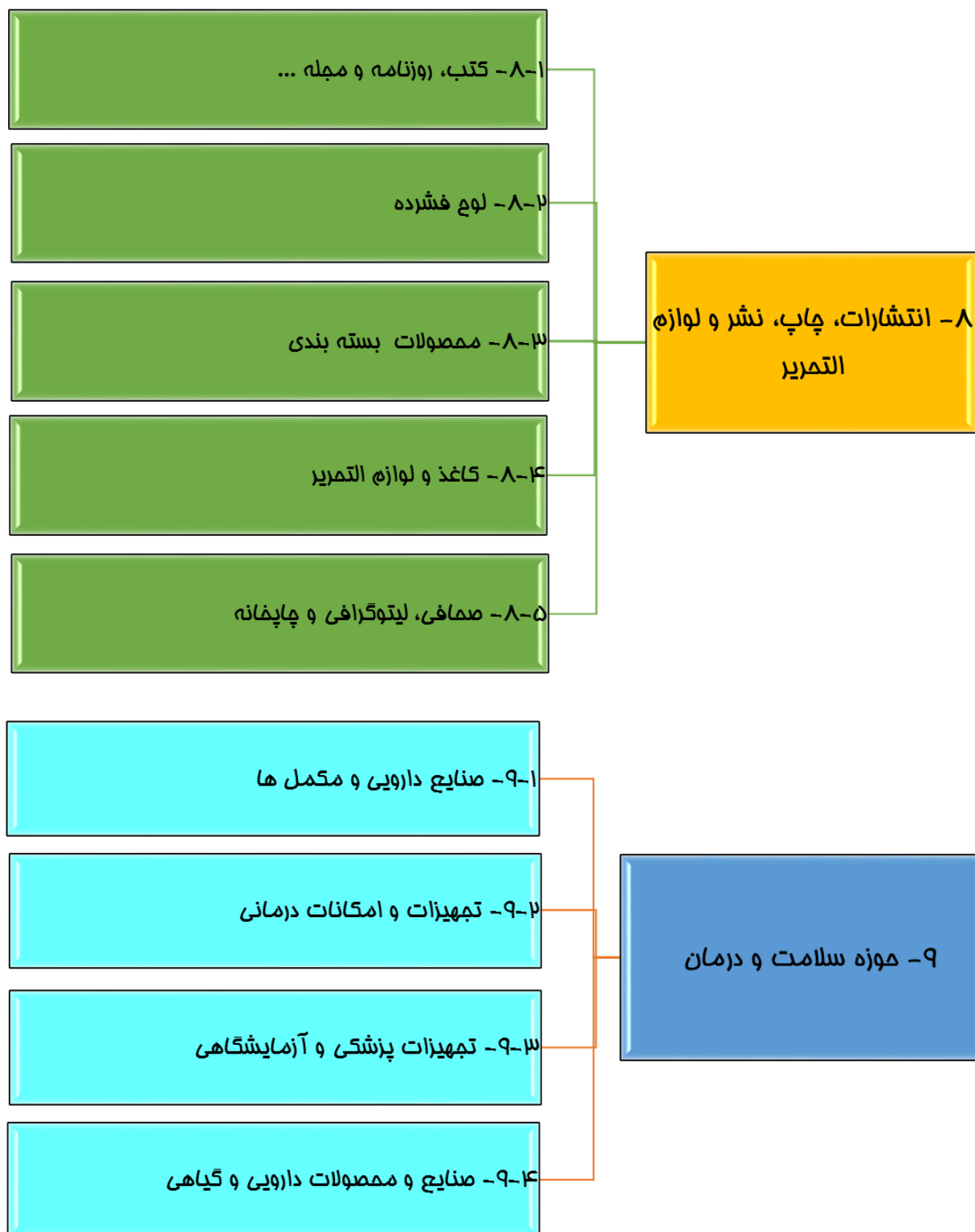


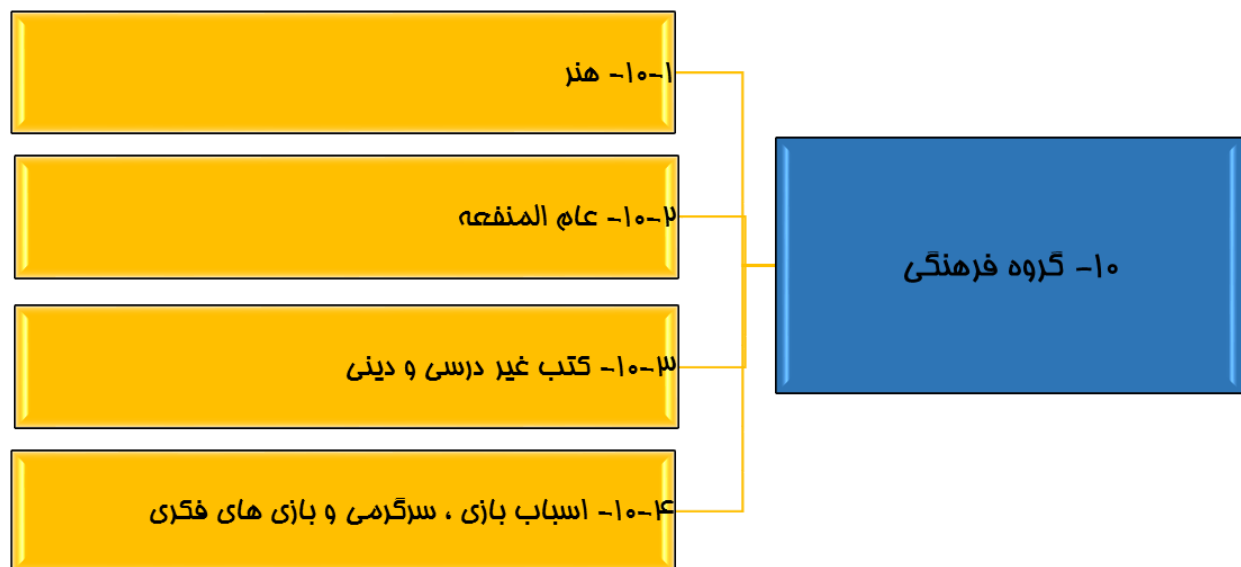


تبصره ۸۸: چنانچه تبلیغی ۲ قسمت از ۳ قسمت (مردانه، زنانه، بچه گانه) را دارا باشد جزء تبلیغات ویژند طبقه بندی می گردد.











ماده ۱۸- جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی:

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

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های تلویزیونی قبل از برنامه

«جدول شماره ۵۳»

(ارقام به هزارریال)

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۶۵۰۰۰	۳۱	۳۳۷۰۰	۲۶	۲۱۰۰۰	۲۱	۱۳۶۰۰	۱۶	۶۸۰۰	۱۱	۳۳۳۰	۶	۳۸۵	۱
۶۹۵۰۰	۳۲	۳۶۰۰۰	۲۷	۲۲۱۰۰	۲۲	۱۴۰۰۰	۱۷	۷۹۲۰	۱۲	۳۸۰۰	۷	۶۵۰	۲
۸۲۹۵۰	۳۳	۴۶۵۰۰	۲۸	۲۵۰۰۰	۲۳	۱۶۷۰۰	۱۸	۸۸۵۰	۱۳	۴۶۵۰	۸	۱۰۹۰	۳
۹۷۱۵۰	۳۴	۵۲۵۰۰	۲۹	۲۶۰۰۰	۲۴	۱۸۴۶۰	۱۹	۹۸۰۰	۱۴	۵۳۰۰	۹	۱۵۶۰	۴
۱۱۹۵۰۰	۳۵	۵۸۲۰۰	۳۰	۳۱۱۰۰	۲۵	۱۹۰۶۰	۲۰	۱۱۲۰۰	۱۵	۶۱۰۰	۱۰	۲۳۰۰	۵

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های رادیویی قبل از برنامه

«جدول شماره ۵۴»

(ارقام به هزارریال)

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۱۸۱۰۰	۲۱	۱۱۰۰۰	۱۶	۵۵۰۰	۱۱	۲۳۰۰	۶	۴۲۰	۱
۲۰۵۰۰	۲۲	۱۲۵۰۰	۱۷	۶۴۰۰	۱۲	۲۸۰۰	۷	۶۵۰	۲
۲۳۱۰۰	۲۳	۱۵۰۰۰	۱۸	۷۴۰۰	۱۳	۳۸۰۰	۸	۸۵۰	۳
۲۵۶۰۰	۲۴	۱۵۲۰۰	۱۹	۸۰۰۰	۱۴	۴۴۰۰	۹	۱۲۰۰	۴
۲۸۹۰۰	۲۵	۱۷۰۰۰	۲۰	۸۸۵۰	۱۵	۴۷۰۰	۱۰	۱۸۶۰	۵

ماده ۱۹- افزایش طبقه هر برنامه:

چنانچه براساس تغییرات در میزان عرضه و تقاضا، میانگین زمانی یک بسته آگهی در نیمه اول هر ماه بیش از ۶۰، ۸۰ و یا افزون بر ۱۰۰٪ از حجم آن بسته آگهی باشد، با پیشنهاد امور آگهی‌ها و تصویب مدیرکل بازرگانی، متناسب با حجم اشغالی، طبقه یا ضریب بسته آگهی افزایش خواهد یافت. همچنین اگر به ترتیب ۳۰، ۲۰ و ۱۰٪ حجم را اشغال نماید متناسب با حجم اشغال شده، طبقه یا ضریب بسته آگهی کاهش داده خواهد شد.

تبصره ۸۹: در موارد خاص، طبقه و یا ضریب بنا به تشخیص و تصویب مدیرکل بازرگانی صدا و سیما تعیین و ابلاغ می‌شود.

* تعرفه و نرخ پخش آگهی‌های هر قرارداد می‌تواند با توجه به زمان و شرایط پخش، نظیر برنامه‌های

پربیننده و مطابق مجموعه ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌های بازرگانی تغییر کند

ماده ۲۰- جدول ضرایب ماه‌های سال:

با توجه به اینکه برنامه‌های 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 پخش‌ها اعم از داخلی، خارجی، تحت لیسانس، تولید مشترک و... شامل می‌شود.

«جدول شماره ۵۵»

ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد
فروردین	۵۰	تیر	۴۵	مهر	۴۰	دی	۵۰
اردیبهشت	۵۵	مرداد	۴۵	آبان	۴۵	بهمن	۵۵
خرداد	۴۵	شهریور	۳۵	آذر	۴۵	اسفند	۶۰

ماده ۲۱- ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون:

«جدول شماره ۵۶»

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 ویژند خارجی	۱/۲
۴	کالای خارجی با ویژند ایرانی	۱/۵
۵	کالا و خدمات خارجی وارداتی (آن دسته از محصولات که ۱۰۰٪ فرآیند تولید آن در خارج از کشور صورت گرفته باشد و مشابه داخلی ندارد)	۳
۶	کالاها و خدمات خارجی وارداتی (آن دسته از محصولات که ۱۰۰٪ فرآیند تولید آن‌ها در خارج از کشور انجام شده و مشابه داخلی هم دارد)	۱۱

تبصره ۹۰: 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 ۲۲- انواع آگهی:

الف- آگهی تجاری 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.

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 نقش آفرینی 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 ۹۱: 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 می‌دهند 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 ۹۲: ارسال سفارش نشان آگهی به منزله پخش در ابتدا یا انتهای تمام بسته‌های آگهی‌های شبکه تعیین شده است.

- تمام حقوق مادی و معنوی یک آگهی متعلق به شرکت یا کانون تبلیغاتی است که برای آن شناسه آگهی اخذ نموده باشد. از همین رو هیچ یک از شرکت ها و کانون های تبلیغاتی یا صاحبان کالا و خدمات نمی توانند بدون اجازه کتبی صاحب شناسه آگهی از تمام یا بخشی از آن (موسیقی، فیلمنامه، شعر، دکور و ...) استفاده کنند.

ماده ۲۳- نرخ انواع آگهی:

الف- گزارش آگهی: معادل ۸۰ درصد نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می شود

ب- حک آرم: معادل ۵۰ درصد نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می شود

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 ۹۳: برنامه های 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 نشان آگهی، برای شبکه های اول، دوم، سوم، نسیم، آی فیلم، خبر و سایر شبکه ها در اعیاد و مناسبت های خاص و یک روز قبل از آن، یک برابر است. در شبکه های پویا، نمایش و پنج ۵۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می شود. در شبکه های مستند، آموزش، ورزش، چهارم، شما، تماشا، امید، ایران کالا، سلامت، آی فیلم عربی، العالم، الکوثر، سحر و جام جم ۳۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می شود. 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 می شود (مشروط بر آنکه قبل از برنامه بعدی نباشد).

ح - پخش آگهی های تبلیغاتی در فضای مجازی و تلویزیون تعاملی (تلویزیون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صدا و سیما به شرح ذیل است :

۱- به ازای زمان مشخصی از نمایش تبلیغات صاحبان کالا و خدمات در فضای مجازی و تلویزیون تعاملی (تلویزیون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صدا و سیما آگهی پخش نمایند (CPT که مخفف عبارت Cost Per Time می باشد).

۲- به ازای هر تعداد بار نمایش تبلیغات صاحبان کالا و خدمات در فضای مجازی و تلویزیون تعاملی (تلویزیون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صدا و سیما آگهی پخش نمایند (روش CPM که مخفف عبارت Cost Per Mille می باشد)

۳- به ازای تعداد نفراتی که از نمایش تبلیغات صاحبان کالا و خدمات در فضای مجازی و تلویزیون تعاملی (تلویزیون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صدا و سیما بازدید میکنند آگهی پخش نمایند. (روش CPC که مخفف عبارت Cost Per Click می باشد).

تبصره ۹۴: جداول و نرخنامه ها و تعرفه های سالانه و ماهانه حسب مورد برای هر یک از فضای مجازی و تلویزیون تعاملی (تلویزیون) و سامانه های (پلت فرم) وابسته به صدا و سیما که مورد تایید اداره کل بازرگانی باشد قابلیت اجرا را داراست

• به علاوه چنانچه ویژگی مورد تبلیغ ضریب خاصی داشته باشد، این ضریب نیز اعمال خواهد شد.

تبصره ۹۵ : در صورت استفاده از ظرفیت جداول شماره ۹ و ۱۱ به غیر از موارد اعلام شده در تبصره ۱۳، طبقه آگهی ذیربط با ضریب ۶ برابری محاسبه خواهد شد.

ط - آگهی اعلام هدایای قرعه کشی و برندگان هر دوره مطابق با ضوابط برگزاری قرعه کشی انجام خواهد شد.

ضوابط برگزاری مراسم قرعه کشی

برای 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

قرعه کشی به شرح ذیل ابلاغ می شود و ضروری است از سوی صاحبان آگهی و شرکت ها و کانون های تبلیغاتی رعایت شود.

۱. اهداء جوایز و هدایا از تولیدات شرکت ها و بنگاه های 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 بنگاه های اقتصادی تولیدی کشور تا سقف نفری ۵۰ 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 بسته های بیمه نامه عمر ، سلامت و درمان تا سقف نفری ۳۵ میلیون تومان؛

۶. اهداء جوایز و هدایا بسته سفر و گردشگری داخل کشور نفری ۱۰ میلیون تومان و خانواده ای ۵۰ میلیون تومان؛

۷. اهداء جوايز و هدايا از طريق فروشگاه‌هاى زنجيره‌اى و خريد بسته کالا براى يك دوره يك‌ساله نفرى ۵۰ ميليون تومان با شرط خريد محصولات داخلى؛

۸. اهداء جوايز و قرعه‌كشى به‌صورت نقدى حداكثر ۳ ميليون تومان.

ضرايب هداياى قرعه كشى و برندگان

«جدول شماره ۵۷»

ردیف	نوع کالا	هدايای قرعه‌كشى	ضرایب
۱	ایرانی (داخلى)	محصولات کالا و خدمات خود شرکت	۱
۲	ایرانی (داخلى)	ریال و مسكوكات و طلا	۱
۳	ایرانی (داخلى)	كالاى ایرانى غير محصول خود صاحب آگهى	۱/۱
۴	ایرانی (داخلى)	كالاى ایرانى تحت لیسانس	۱/۲
۵	ایرانی (داخلى)	كالاى خارجى	۱/۹
۶	تحت لیسانس	محصولات و کالا و خدمات خود شرکت	۱/۲
۷	تحت لیسانس	ریال و مسكوكات طلا	۱/۲
۸	تحت لیسانس	كالاى غير محصول خود صاحب آگهى	۱/۳
۹	تحت لیسانس	كالاى ایرانى	۱/۲
۱۰	تحت لیسانس	كالاى خارجى	۳
۱۱	خارجى	كالاى خارجى با مشابه داخلى	۱۱

تبصره ۹۶: براى صاحبان کالا و خدماتى كه هداياى قرعه‌كشى خود را از محصولات، كالاها و خدمات خود تعيين

كنند، نرخ آگهى مربوطه مشمول اين بند نخواهد بود. در هلدینگ‌ها هداياى قرعه‌كشى فقط مختص کالا

و يا خدمات گروه مربوطه است.

در صورتى كه هداياى قرعه‌كشى كمك هزينه خريد خودرو باشد، نرخ آن به شرح جدول ذيل خواهد بود:

«جدول شماره ۵۸»

ردیف	هدايای قرعه‌كشى	ضرایب
۱	كمك هزينه خريد خودرو ایرانى	۱/۲
۲	كمك هزينه خريد خودرو تحت لیسانس	۲/۵
۳	كمك هزينه خريد خودرو خارجى	۱۱

در صورتى كه هداياى قرعه‌كشى، كمك هزينه سفرهاى خارجى باشد با ضريب ۱۱ محاسبه خواهد شد.

تبصره ۹۷: صاحبان کالا و خدماتی که متقاضی قرعه‌کشی باشند ملزم به دریافت، تکمیل و قبول شرایط و ضوابط

قرعه‌کشی اداره کل بازرگانی هستند. گروه اول و دوم تعهد مکتوب ارائه نمایند.

تبصره ۹۸: هر گونه تغییرات در ضوابط و ساختار قرعه‌کشی با پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تصویب معاون منابع مالی و سرمایه انسانی خواهد بود.

ماده ۲۴- 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 ۵۹»

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 درخصوص آسیب های اجتماعی	۲۰
۸	استفاده از موسیقی ایرانی و محلی با رعایت شان و منزلت محتوایی	۲۰
۹	احترام به والدین تحکیم بنیان خانواده و به تصویر کشیدن چند فرزندی و یا به تصویر کشیدن چند نسل از یک خانواده	۲۵
۱۰	پرداختن به آموزه های دینی	۳۰
۱۱	توجه به ارزش و باورها ی دینی	۳۰
۱۲	نمایش سبک زندگی ایرانی، اسلامی	۳۰
۱۳	استفاده از مد لباس های محلی، بومی و سنتی ایرانی	۳۰
۱۴	استفاده از حجاب برتر(چادر)	۵۰
۱۵	تشویق فرزند آوری و نمایش حداقل ۲ فرزند در خانواده	۵
۱۶	تشویق فرزند آوری و نمایش ۳ و ۴ فرزند در خانواده	۳۰
۱۷	تشویق فرزند آوری و نمایش فرزندان خانواده با بیش از ۴ فرزند	۴۰
۱۸	استفاده از نماد تلویزیون/ tv در آگهی های رادیویی و تلویزیونی بصورت شنیداری/ دیداری یا دیداری	۳۰
۱۹	استفاده از نماد پرچم کشور عزیزمان در آگهی های تلویزیونی با رعایت ضوابط محتوایی مربوطه	۴۰

تبصره ۹۹: کد آگهی‌هایی با بیش از دو نفر بازیگر، چنان‌چه بیش از ۵۰٪ بازیگران چهره شرقی و بخصوص ایرانی داشته باشند، مشمول ردیف ۲ جدول شماره ۵۹ خواهند بود.

تبصره ۱۰۰: هر یک از صاحبان کالا و خدمات در هر یک از (کد) شناسه‌های آگهی می‌توانند فقط از یک ردیف جدول فوق استفاده نمایند.

ماده ۲۵- موقعیت آگهی در بسته:

تمامی صاحبان کالا و خدماتی که درخواست پذیرش پخش آگهی در موقعیت خاص را دارند، می‌توانند از جدول شماره ۶۰ برای ثبت پخش آگهی‌های خود بهره‌مند شوند.

«جدول شماره ۶۰»

افزایش درصد							
الویت	اولین/آخرین	دومین/یکی	سومین/دوتا	چهارمین/سه	پنجمین/چهار	ششمین/پنج	هفتمین/شش
تا به آخر	تا به آخر	تا به آخر	تا به آخر	تا به آخر	تا به آخر	تا به آخر	تا به آخر
اول	۲۰۰	۱۹۰	۱۸۰	۱۶۰	۱۵۰	۱۴۰	۱۳۰
دوم	۱۵۰	۱۴۰	۱۰۰	۹۰	۸۰	۷۰	۶۰
سوم	۱۱۰	۱۰۰	۸۰	۷۰	۶۰	۵۰	۴۰
چهارم	۹۰	۸۰	۷۰	۶۰	۵۰	۴۰	۳۰
پنجم	۸۰	۷۰	۶۰	۵۰	۴۰	۳۰	۲۵
ششم	۵۰	۴۵	۴۰	۳۵	۳۰	۲۵	۲۰

تبصره ۱۰۱: پس از تأیید آگهی در موقعیت درخواستی، جایگزینی فقط در کد آگهی امکان‌پذیر است. حذف آگهی نیز تنها در صورت ارسال سفارش آگهی جایگزین توسط همان شرکت یا کانون تبلیغاتی و در همان باکس (در همان موقعیت یا بالاتر) امکان‌پذیر خواهد بود.

تبصره ۱۰۲: پیشنهاد می‌شود به منظور برخورداری بهینه سفارش دهندگان آگهی از این تبصره، سفارش آگهی حداکثر با زمان ۲۵ ثانیه‌ای ثبت شود.

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

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

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

ماده ۲۶- 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- با توجه به ساختار شبکه آی‌فیلم، پذیرش آگهی‌ها حداقل ۷۲ ساعت قبل از زمان پخش آن‌ها میسر است

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

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

ه- به منظور تسریع در پذیرش آگهی‌هایی که پخش آن‌ها در یک بازه زمانی کوتاه برای صاحبان کالا و خدمات حائز اهمیت است، ارسال بسته آگهی به شبکه‌ها (در دوره ۲۴ ساعته) براساس جدول شماره ۶۰ میسر است.

تبصره ۱۰۳: آگهی‌های زمان‌دار مانند نمایشگاه‌ها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه در شرایط مساوی از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردارند.

تبصره ۱۰۴: در صورتی که صاحبان کالا و خدمات در کلیه گروه‌ها در آگهی‌های تجاری خود از امان‌های تصویری خاصی استفاده نمایند مانند پرچم و..... که درج آن در داخل باکس امکان‌پذیر نباشد، نرخ آگهی‌های تجاری به نرخ انتها یا ابتدای باکس محاسبه خواهد شد.

ماده ۲۷- 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 پیشنهاد امور آگهی‌ها و تصویب مدیرکل بازرگانی انجام می‌شود.

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

تبصره ۱۰۵: حذف آگهی‌هایی که جابجا 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، حسب تشخیص امور آگهی‌ها و تصویب مدیرکل بازرگانی، سفارشات بسته‌های قبل، بین و بعد با تغییر در طبقات 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 آگهی‌های تجاری مربوط برای پخش خواهد بود. هم‌چنین در صورت جایگزین نمودن سفارشات، وضعیت جدید آنها نیز در لیست انتظار قرار می‌گیرد. لذا، پخش آگهی‌های تجاری مربوط منوط به ایجاد ظرفیت خالی در بسته‌ی آگهی مورد تقاضا خواهد بود.

ماده ۲۸- 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.

بمنظور ایجاد تعادل در میزان تقاضای تبلیغات برای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و حمایت از فعالیت‌های اقتصادی، علاوه بر جداول شماره ۵۳ و ۵۴، جدول شماره ۶۱ نیز با پیشنهاد امور آگهی‌ها و تصویب مدیرکل بازرگانی، به عنوان ضریب افزایش اعمال می‌شود.

«جدول شماره ۶۱»

ردیف	درصد ضریب
۱	۱۰۰
۲	۲۰۰
۳	۳۰۰
۴	۵۰۰
۵	۱۰۰۰
۶	۱۲۰۰

تبصره ۱۰۶: چنانچه پیشنهاد امور آگهی‌ها حداقل یکی از طبقات باشد، اعمال آن با تصویب مدیرکل بازرگانی میسر است.

ماده ۲۹- صورت حساب:

صورت حساب آگهی‌های پخش شده به صورت ۱۵ روزه تهیه و به صاحبان آن ارائه می‌گردد. درخصوص 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 ۳۰- تعدیل:

در صورت عدم پخش کامل قرارداد تا زمان خاتمه آن، در هر نوع قرارداد رادیویی یا تلویزیونی و در تمام گروه‌ها، مدت زمان پخش آگهی در قرارداد افزایش نیافته و با کسر امتیاز اضافه پخش، متناسب با پخش صورت گرفته (اعم از مبلغ نهایی پخش (ریالی) و حسب مورد تسهیلات تشویقی و زمان ثانیه تشویقی) در بازه زمانی پخش انجام شده، تمام امتیازات حق تسریع، حضور اولین بار، اضافه پخش تشویقی، نقدی، نیمه نقدی، هدفمندی و سایر امتیازات اعطایی از پخش انجام شده (جمع کل تعرفه پخش شده اعم از مبلغ نهایی پخش (ریالی) و حسب مورد تسهیلات تشویقی و زمان ثانیه تشویقی) کسر و جمع کل تعرفه

پخش شده ، محاسبه و در جدول اضافه پخش مربوطه قرارداد و متناسب با بودجه سالانه یا ماهانه تعدیل و طبقه جدول اضافه پخش و مازاد سقف سالانه یا ماهانه مشخص می شود.

پس از مشخص شدن طبقه جدول اضافه پخش و مازاد سقف مربوطه، حق تسريع ، حضور اولین بار، هدفمندی ، نقدی و نیمه نقدی متناسب با بازه زمانی پخش صورت گرفته و همچنین زمان واریز وجه و مبلغ واریز شده ، و سایر اضافه پخش تشویقی طبق ضوابط در صورت تعلق مجدداً بصورت جداگانه به اضافه پخش مربوطه اضافه و تعدیل آن محاسبه و مفصلاً حساب نهایی صادر می شود . (حسب مورد تا سه مرحله اجرا خواهد شد)

تبصره ۱۰۷: 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 ۳۱- 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 ۳۰ اقدام خواهد شد.

ماده ۳۲- رتبه بندی شرکت های تبلیغاتی:

در راستای تحقق اهداف و سیاست های اجرایی سازمان، اداره کل بازرگانی با رویکردهای زیر اقدام به رتبه بندی شرکت ها و کانون های تبلیغاتی طرف قرارداد خود نموده است:

۱. افزایش کمی و کیفی آگهی های رادیویی و تلویزیونی که منجر به افزایش رضایت مندی مخاطبان رسانه ملی از یک سو و صاحبان کالا و خدمات طرف قرارداد از سوی دیگر شده باشد.

۲. با افزایش کمی و کیفی آگهی های رادیویی و تلویزیونی بین صاحبان آگهی رقابت سالم ایجاد شده باشد.

۳. افزایش میزان سرمایه گذاری شرکت ها و کانون های تبلیغاتی و به تبع آن، تداوم فعالیت آنها.

پس از اعلام اجرای این طرح به کانون ها و شرکت های تبلیغاتی، با استخراج اطلاعات مندرج در فرم های ارسالی از سوی آنها و تطبیق این اطلاعات با مستندات ۱۴ سال گذشته موجود در اداره کل بازرگانی، شرکت ها و کانون های تبلیغاتی در ۵ دسته به شرح جدول زیر طبقه بندی شدند:

«جدول شماره ۶۲»

حداکثر مبلغ قرارداد هر صاحب آگهی بر حسب گروه صاحب آگهی (ارقام به ریال)

گروه رتبه بندی	گروه یک	گروه دو	گروه سه
رتبه ۱	نامحدود	نامحدود	نامحدود
رتبه ۲	۴۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۳۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۱.۸۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰
رتبه ۳	۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۵۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۱.۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰
رتبه ۴	۶۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۴۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۶۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰
رتبه ۵	۱۵.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۸۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰

تبصره ۱۰۸: در صورت پخش آگهی از محل قراردادهای هلدینگی سه ساله، شرکت ها و کانون های تبلیغاتی رتبه های ۲، ۳، ۴ و ۵ حداکثر تا دو برابر مبالغ تعیین شده در جدول شماره ۶۲ می توانند از یک صاحب کالا و خدمات، آگهی تبلیغاتی پخش نمایند.

تبصره ۱۰۹: هر شرکت تبلیغاتی با توجه به جایگاه خود در جدول رتبه بندی، در سال ۱۴۰۰ می تواند 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 شرکت ها یا کانون های تبلیغاتی از نظر تعداد صاحب آگهی محدودیتی وجود ندارد. به عنوان نمونه شرکت ها و کانون های گروه ۵ می توانند برای هر یک از صاحبان کالا و خدمات گروه ۳، حداکثر ۱۸۰ میلیارد ریال تسهیم یا قرارداد منعقد نمایند.

ماده ۳۳- کارمزد:

الف- به شرکت ها و کانون های 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 می گیرد.

ب- برای گروه های یک و دو در تلویزیون کارمزد ۱۵ درصد و برای گروه سه ۱۷ درصد است. برای گروه های 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 ۳۳، 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 ۳۳ 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 - از کارمزد رادیویی و تلویزیونی تمام گروه‌ها و قراردادهای پس از کسر ۵٪ بیمه (ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی) و ۵٪ حسن انجام تعهدات ارائه مفاسا حساب بیمه (طبق شرح ذیل) کسر و مابقی پرداخت خواهد شد.

- اداره کل بازرگانی میتواند به جهت تحقق کامل اخذ مفاسا حساب بیمه به روش‌های ذیل عمل نماید:

۱- آن دسته از شرکتهایی که از محل پخش، مطالبات بیش از ۵٪ حسن انجام کار مفاسا حساب بیمه می‌باشند مطالبات پخش را مبنای اجرا حسن انجام تعهدات قرار دهند.

۲- آن دسته از شرکتها و کانون‌های تبلیغاتی که پخش‌های صورت گرفته که تسویه حساب آنها جوابگوی ۵٪ حسن انجام کار مفاسا حساب بیمه نمی‌باشد، کسر و مابقی پرداخت خواهد شد.

تبصره ۱۱۰- کسورات ۵٪ بیمه (ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی) و ۵٪ حسن انجام تعهدات ارائه مفاسا حساب بیمه پس از ارائه تسویه حساب از سازمان تأمین اجتماعی آزاد شده و عودت داده می‌شود.

ز - نحوه احتساب به هزینه کارمزد براساس کمترین مقدار از میزان پخش یا وصولی خواهد بود.

ح - به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی که با استفاده از بند «و» ماده ۱۱ در فضای مجازی، تلویزیون و سامانه‌های وابسته به رسانه ملی آگهی تبلیغاتی پخش نمایند، با رعایت ماده ۳۳ و مطابق جداول زیر کارمزد پرداخت خواهد شد.

چنانچه صاحبان کالا و خدمات برای تبلیغ در فضای مجازی، تلویزیون و سامانه‌های وابسته به رسانه ملی از قراردادهای رادیویی و تلویزیونی یک‌ساله یا سه ساله خود استفاده ننموده و رقم آن‌ها را کاهش یا تعدیل ندهند و قرارداد جداگانه‌ای با مبلغ جداگانه منعقد نمایند، کارمزد این نوع قراردادهای مشمول جداول زیر است:

«جدول شماره ۶۳»

قراردادهای یکساله ارقام به میلیارد ریال

ردیف	مبلغ یکساله	درصد	گروه ۳
۱	تا ۱۰۰	۲۵	۱۵
۲	از ۱۰۱ تا ۵۰۰	۲۷	۱۷
۳	از ۵۰۱ تا ۱۵۰۰	۳۵	۲۲

«جدول شماره ۶۴»

قراردادهای سه ساله ارقام به میلیارد ریال

ردیف	مبلغ سه ساله	درصد	گروه یک و دو
۱	۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰	۳۲	۱۷
۲	۲۰۰۱ تا ۳۵۰۰	۳۵	۱۹
۳	۳۵۰۱ تا ۶۰۰۰	۴۰	۲۰
۴	۶۰۰۱ به بالا	۴۵	۲۶

کارمزد آن دسته از قراردادهای بنگاههای اقتصادی که تبلیغات آنها در فضای مجازی، تلویزیون و سامانههای وابسته به رسانه ملی از محل قراردادهای موجود رادیویی و تلویزیونی ایشان پخش شود، مشمول همان کارمزد متعارف قراردادهای مذکور خواهند بود.

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

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

تبصره ۱۱۱: در صورت عدم رعایت سقف مندرج در بند «ط» ماده ۳۲، به جهت تحقق اهداف بند فوق، کارمزد متعلقه براساس میزان پخش قرارداد مذکور به نرخ صفر محاسبه می شود و همچنین به ازای هر بار عدم رعایت این بند، یک رتبه از رتبه بندی 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.

معاونت محترم منابع مالی و سرمایه انسانی مکلف است تا پایان اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۰، در راستای تحقق مصوبات یادشده در زمینه پذیرش و پخش تبلیغات بازرگانی در فضای مجازی، تلویزیون و سامانه‌های متعلق به رسانه ملی، ساختار، زیر ساخت‌ها، تجهیزات و امکانات مورد نیاز اداره کل بازرگانی را به‌گونه‌ای تأمین و فراهم نماید که هیچ محدودیتی برای تحقق تصاحب سهم ۵۰ درصدی بازار تبلیغات فضای مجازی برای یک دوره پنج ساله از سوی رسانه ملی وجود نداشته باشد.

اداره کل بازرگانی موظف است به جهت دست یابی به درآمد پایدار زیر ساخت و پلت فرم (سامانه)های لازم در حوزه فضای مجازی را به نحوی طراحی و پیاده سازی نماید که هر ساله با رشد تصاعدی سهم این بخش سازمان، حداکثر در یک دوره پنج ساله به ۵۰٪ سهم تبلیغات فضای مجازی کشور ارتقاء یابد. کلیه معاونت ها و ادارات مستقل موظف و مکلف می باشند در راستای اجرای این سیاست تمامی ظرفیت های لازم را به منظور تحقق فرایند مذکور با اداره کل بازرگانی نهایت همکاری را به عمل آورند.

این مجموعه ضوابط شامل ۳۳ ماده و ۱۱۱ 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.