

فهرست عناوین

ردیف	عنوان	صفحه
۱	فهرست	۱
۲	مقدمه	۳
۳	صاحب آگهی	۴
۴	شرکت همکار و تعهدات	۴
۵	تعریف قرارداد و انواع آن	۵
۶	قرارداد فرهنگی	۶
۷	قراردادهای محتوایی، ارزشی و دینی کتاب و فیلم‌های سینمایی	۶
۸	امتیازهای تشویقی تسریع و حضور اولین بار	۷
۹	تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور	۸
۱۰	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	۸
۱۱	حضور مستمر در رسانه ملی	۹
۱۲	اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات	۱۰
۱۳	تسهیلات تشویقی طی سال گروه ۲	۱۲
۱۴	تسهیلات تشویقی حمایت از اشتغال داخلی	۱۸
۱۵	تسهیلات تشویقی برند ملی	۲۲
۱۵	تسهیلات تشویقی طی سال	۲۳
۱۶	انواع پرداخت قراردادها	۲۴
۱۷	تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان	۲۵
۱۸	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی	۲۵
۱۹	افزایش طبقه هر برنامه	۲۶
۲۰	جدول ضرایب ماه‌های سال و ضریب محاسبه آگهی	۲۶
۲۱	انواع آگهی	۲۷
۲۲	نرخ انواع آگهی	۲۸
۲۳	ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی‌های بازرگانی	۳۰
۲۴	موقعیت آگهی در بسته	۳۰
۲۵	زمان سفارش آگهی	۳۱
۲۶	حذف و جابجایی آگهی‌ها	۳۱

ردیف	عنوان	صفحه
۲۷	قطع پخش آگهی	۳۱
۲۸	صورتحساب	۳۲
۲۹	تعدیل	۳۲
۳۰	فسخ قرارداد	۳۲
۳۱	کارمزد	۳۲

مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش تبلیغات بازرگانی سال ۱۳۹۷ 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 رویکرد زیر، تهیه و تدوین شده است:

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

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 از طریق شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی موجب آگاهی، ایجاد علاقه و یا وفاداری در افکار مخاطبین شده و نتایج آن موجب معرفی و یا ارتقاء نام و نشان تجاری (برند)، فروش و یا افزایش فروش کالا و خدمات صاحبان آگهی می‌شود.

ماده ۲- صاحب آگهی:

اشخاص حقیقی یا حقوقی (اعم از بخش 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

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

هلدینگ گروه اقتصادی برای گروه سوم:

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

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

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 و ضمن قبول ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی اقدام به عقد قرارداد همکاری نمایند.

الف- هر شرکت همکار که برای صاحب آگهی درخواست عقد قرارداد می‌نماید، باید از صاحب آگهی برای سال ۹۷ 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- هر نوع همکاری برای جذب مشتری در شبکه‌های معاند ماهواره‌ای از هر طریق (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.

ماده ۴: تعریف قرارداد و شرایط آن:

قرارداد پخش آگهی تعهدی است کتبی که طبق تعرفه‌های مصوب به صورت دوطرفه (اداره‌کل بازرگانی و صاحب آگهی) یا سه طرفه (اداره‌کل بازرگانی، صاحب آگهی و شرکت تبلیغاتی) تنظیم و پس از امضاء و اخذ مدارک، معتبر و نافذ خواهد بود.

الف- صاحبان آگهی زمانی مجاز به انعقاد قرارداد هستند که ضوابط و مقررات پخش آگهی بازرگانی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی را پذیرفته باشند.

ب- تمام قراردادهای طبق نمونه‌هایی که از قبل توسط اداره‌کل 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 اداره‌کل بازرگانی از انجام تعهدات خود در زمان‌های مقرر خودداری نمایند، اداره‌کل مزبور نیز از پخش آگهی‌های تبلیغاتی آن‌ها ممانعت نموده و نسبت به وصول مطالبات خود با اجرای تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدام لازم مبذول خواهد کرد.

ه- قرارداد باید توسط مقام تشخیص و صاحبان امضای مجاز و ذی‌سمت مقامات موضوع بند ۱-۲ ضوابط حاضر امضاء شده باشد و برای اشخاص حقوقی عمومی و خصوصی، حسب مورد ارائه تصویری از اساسنامه و آخرین روزنامه رسمی که در آن صاحبان امضای مجاز معرفی شده‌اند الزامی است.

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

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

ماده ۵- انواع قراردادها:

۱-۵- 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 برنامه‌ها، ضرایب مربوط به قرارداد نوع ب و ج تلویزیونی (به ترتیب ۱۰۰ و ۲۰۰ درصد اضافه‌پخش) براساس سطح طبقات و بنا به درخواست صاحبان کالا و خدمات یا شرکت‌های تبلیغاتی، به برنامه انتخابی اعطاء می‌گردد. این مهم علاوه بر کاهش تعداد قراردادها و هم‌چنین کاهش تعداد اسناد پرداختی، برای گروه‌های ۲ و ۳ ظرفیت بسیار مناسبی را در اختیار صاحبان کالا و خدمات قرار می‌دهد.

تبصره ۴: نحوه تعیین طبقات نوع «ب» و «ج» هر ماه توسط اداره‌کل بازرگانی اعلام خواهد شد.

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

۵-۳- قرارداد مشارکتی با تفاهم شبکه مورد نظر بین صاحبان کالا و خدماتی که یکی از قراردادهای فوق‌الذکر را داشته و قصد مشارکت به‌عنوان حامی مالی برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را داشته باشند، منعقد خواهد شد.

۵-۴- قرارداد فرهنگی:

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

«جدول شماره ۱»

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

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

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

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

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.

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

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

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

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

«جدول شماره ۲»

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

۲- به این گونه قراردادها کارمزد تعلق نمی‌گیرد.

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

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 تبلیغات صورت می‌گیرد.

ماده ۶- انواع امتیازهای تشویقی قراردادها:

الف- اضافه پخش تسریع:

انعقاد قراردادهای جدید پخش برای سال ۱۳۹۷ از تاریخ ۱۳۹۶/۱۰/۱۱ آغاز می‌شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه‌ریزی دقیق در تنظیم و انعقاد قرارداد به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات امتیاز پخش تسریع تعلق خواهد گرفت. ملاک حفظ اضافه پخش تسریع فقط اخذ قرارداد نیست بلکه باید اسناد مالی آن نیز در تاریخ مقرر طبق جدول شماره ۳ تسلیم امور مالی بازرگانی صدا و سیما شده باشد.

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

«جدول شماره ۳»

شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی
از ۱۳۹۶/۱۰/۱۱ تا ۱۳۹۶/۱۱/۲۵	۱۳۰
۱۳۹۶/۱۱/۲۶ تا ۱۳۹۶/۱۲/۲۳	۵۰
۱۳۹۶/۱۲/۲۴ تا ۱۳۹۷/۱/۲۹	۲۵

ب- امتیاز حضور اولین بار:

برای حمایت از کارآفرینی، به صاحبان کالاها و خدماتی که برای اولین بار پس از ارائه ثبت آرم تجاری، اقدام به انعقاد قرارداد پخش آگهی نمایند، متناسب با مدت زمان عدم حضور، به هر تعداد قرارداد منعقد در طول سال ۱۳۹۷ اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۴»

در صد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی

شرح	درصد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی
اولین بار بعد از یک سال عدم حضور	۷۰
اولین بار بعد از سه سال عدم حضور	۱۵۰
اولین بار بعد از پنج سال عدم حضور	۲۵۰

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

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

تبصره ۷: به صاحبان کالا و خدماتی که طی سه ماهه آخر سال ۱۳۹۶ اولین حضور خود در رسانه ملی را تجربه کرده‌اند به حضور اولین بار یا افزایش بودجه، به انتخاب صاحب کالا و خدمات، اضافه پخش تشویقی تعلق می‌گیرد.

ماده ۷- اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده:

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

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

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

«جدول شماره ۵»

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

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

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

«جدول شماره ۶»

شرح	درصد اضافه پخش
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 ۱۳۹۷ باشند	۳۰
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 گروه ۳ و ۲ که در هر یک 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 ۱۳۹۶ را حفظ کرده باشند ۵۰ درصد و اگر کاهش بودجه داشته باشند ۲۰ درصد جدول ذیل تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۷»

سالهای حضور	اضافه پخش
یک‌ساله	۸۰
دو‌ساله	۱۷۰
سه‌ساله	۲۰۰
چهارساله	۲۵۰
پنج‌ساله	۳۰۰

تبصره ۸: در صورت حضور مستمر بیش از ۵ سال، ۲۰ درصد اضافه پخش به ازاء هر سال به جدول فوق اضافه می شود.
تبصره ۹: ملاک تعیین افزایش بودجه سال ۹۶، میزان پخش و تعدیل در هر رسانه است.

ماده ۱۱- اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه‌های صاحبان

کالا و خدمات:

الف- گروه اول:

«جدول شماره ۸» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
درصد اضافه پخش	جمع پخش	
۲۰۰	۲,۲۵۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰
۲۵۰	۳,۶۷۵,۰۰۰	۱,۰۵۰,۰۰۰
۴۵۰	۶,۴۹۰,۰۰۰	۱,۱۸۰,۰۰۰
۸۰۰	۱۱,۷۰۰,۰۰۰	۱,۳۰۰,۰۰۰
۱۰۰۰	۱۶,۵۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰

«جدول شماره ۹» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶ تلویزیونی					بودجه سال ۹۷ بودجه سال ۹۶
۷۵۰,۰۰۰	۱,۰۵۰,۰۰۰	۱,۱۸۰,۰۰۰	۱,۳۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش					
۵۰	۲۰۰	۴۵۰	۱۰۰۰	۰	۷۰۰,۰۰۰
۰	۱۰۰	۴۲۰	۹۰۰	۰	۹۰۰,۰۰۰
۰	۰	۵۰	۳۰۰	۷۰۰	۱,۰۸۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۰» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
درصد اضافه پخش	جمع پخش	
۱۵۰	۱۲۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰
۲۷۰	۴۴۴,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰
۴۰۰	۸۵۰,۰۰۰	۱۷۰,۰۰۰
۵۰۰	۱,۳۲۰,۰۰۰	۲۲۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۱» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶ رادیویی				بودجه سال ۹۷ بودجه سال ۹۶
۲۲۰,۰۰۰	۱۷۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش				
	۵۵۰	۳۰۰	۵۰	۵۰,۰۰۰
۵۵۰	۲۵۰	۰	۰	۱۲۰,۰۰۰

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

ب- گروه دوم:

«جدول شماره ۱۲» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۲۰۱۶۰۰	۱۸۰	۷۲,۰۰۰
۷۵۰,۰۰۰	۴۰۰	۱۵۰,۰۰۰
۱۳۰۰,۰۰۰	۵۵۰	۲۰۰,۰۰۰
۲۳۲۲,۰۰۰	۷۶۰	۲۷۰,۰۰۰
۳۴۶۵,۰۰۰	۹۵۰	۳۳۰,۰۰۰
۴۵۶۰,۰۰۰	۱۱۰۰	۳۸۰,۰۰۰
۵۵۸۶,۰۰۰	۱۲۳۰	۴۲۰,۰۰۰
۸۰۰۰,۰۰۰	۱۵۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۱۲۰۰,۰۰۰	۱۹۰۰	۶۰۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۳» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶ تلویزیونی									بودجه سال ۹۷
۶۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰	۴۲۰,۰۰۰	۳۸۰,۰۰۰	۳۳۰,۰۰۰	۲۷۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰	۷۲,۰۰۰	
درصد اضافه پخش									بودجه سال ۹۶
						۴۲۰	۲۸۰	۸۰	۶۵,۰۰۰
					۴۲۰	۲۸۰	۱۴۰	۰	۱۳۰,۰۰۰
				۷۰۰	۴۰۰	۱۴۰	۰	۰	۱۷۰,۰۰۰
			۶۰۰	۴۰۰	۱۰۰	۰	۰	۰	۱۸۵,۰۰۰
		۷۰۰	۴۴۰	۲۲۰	۰	۰	۰	۰	۲۵۰,۰۰۰
		۶۰۰	۲۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳۰۰,۰۰۰
		۴۰۰	۸۰	۲۰	۰	۰	۰	۰	۳۲۰,۰۰۰
۴۲۰	۲۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۴۵۰,۰۰۰

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 ۱۳۹۷ از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۱۴»

میزان ثابته	درصد افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۶
۱۰۰۰	۳۰
۱۲۰۰	۴۰
۱۴۰۰	۵۰
۱۶۰۰	۷۰
۲۰۰۰	۱۰۰
۲۲۰۰	۲۰۰
۳۰۰۰	۳۰۰

تبصره ۱۱: 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 ۱۳ باشد، مشمول ۲۰ درصد جدول فوق الذکر خواهند شد.

تبصره ۱۲: صاحبان آگهی گروه دوم که مشمول تسهیلات تشویقی جدول شماره ۱۴ شده‌اند باید ۶۰ درصد جدول فوق الذکر را در تلویزیون و ۴۰ درصد آن را در رادیو آگهی رایگان پخش نمایند.

تبصره ۱۳: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش است.

تبصره ۱۴: 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 ۱۵: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه نبوده و ظرفیت تشویقی پس از اتمام قرارداد تعلق خواهد گرفت .

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

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۵۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۷۰

تبصره ۱۶: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

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

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۱۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۵۰

«جدول شماره ۱۷» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه بخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع بخش	درصد اضافه بخش	
۳۱۵۰۰	۱۱۰	۱۵،۰۰۰
۸۵۰۰۰	۲۴۰	۲۵،۰۰۰
۲۵۲۰۰۰	۵۰۰	۴۲،۰۰۰
۴۲۰۰۰۰	۶۵۰	۵۶،۰۰۰
۶۸۰۰۰۰	۷۵۰	۸۰،۰۰۰

«جدول شماره ۱۸» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶ رادیویی					بودجه سال ۹۷ بودجه سال ۹۶
۸۰،۰۰۰	۵۶،۰۰۰	۴۲،۰۰۰	۲۵،۰۰۰	۱۵،۰۰۰	
درصد اضافه بخش					
	۵۵۰	۴۵۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۰،۰۰۰
۸۰۰	۵۰۰	۳۵۰	۱۵۰	۰	۲۰،۰۰۰
۷۰۰	۳۰۰	۲۵۰	۰	۰	۳۵،۰۰۰

تبصره ۱۷: برای گروه دوم و افزون بر سقف جدول سالانه، در تلویزیون به ازای هر ۱۰ میلیارد ریال ۱۰ درصد و در رادیو به ازای هر ۵ میلیارد ریال، ۲۰ درصد اضافه بخش تشویقی اعطاء می‌شود.

تبصره ۱۸: در کلیه گروه‌ها ملاک افزایش بودجه، مقایسه بین مبلغ قرارداد و بخش خواهد بود و در صورتی که بخش کمتر از میزان قرارداد باشد، ملاک محاسبه، میزان بخش 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 ۱۳۹۷ طبق جدول ذیل از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۱۹»

میزان ثانیه	درصدافزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۶
۱۰۰۰	۱۵
۱۲۰۰	۲۵
۱۸۰۰	۵۰
۲۰۰۰	۸۰
۲۵۰۰	۱۲۵

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

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 نمی‌شود و ظرفیت تشویقی پس از اتمام قرارداد تعلق خواهد گرفت .

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

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۶۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۱۵۰

تبصره ۲۲: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند، طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

- تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

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

درصد اضافه	زمان پخش
۵۰	صبحگاهی
۷۰	عصرگاهی
۱۱۰	شامگاهی

د- گروه سوم:

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

«جدول شماره ۲۲» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی		میزان بودجه ماهانه
درصد اضافه پخش	جمع پخش	
۲۵	۱۰۰	۸۰
۴۰	۳۵۰	۲۵۰
۵۶	۷۰۲	۴۵۰
۶۴	۱۲۳۰	۷۵۰
۱۳۰	۲۸۷۵	۱,۲۵۰
۱۶۰	۶۲۴۰	۲,۴۰۰
۲۰۰	۱۰,۵۰۰	۳,۵۰۰
۲۸۷	۲۲,۰۵۹	۵,۷۰۰
۳۷۰	۴۰,۴۲۰	۸,۶۰۰
۴۴۰	۶۴,۸۰۰	۱۲,۰۰۰
۵۲۰	۱۰۴,۱۶۰	۱۶,۸۰۰
۵۷۰	۱۶۷,۵۰۰	۲۵,۰۰۰
۷۰۰	۳۰۰,۰۰۰	۳۷,۵۰۰

«جدول شماره ۲۳»

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶ تلویزیونی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱۱	۵۰
۲۳	۷۵
۴۰	۱۵۰
۷۰	۱۸۰
۹۰	۲۷۰
۱۵۰	۳۲۰
۲۱۰	۳۸۰
۳۰۰	۴۲۰
۴۰۰	۵۴۰

تبصره ۲۳: استفاده از ضریب افزایش بودجه در سال ۱۳۹۷ منوط به عقد و پخش قرارداد حداقل ۳۰۰ میلیون ریالی در سال ۱۳۹۶ است.

تبصره ۲۴: برای عملیاتی کردن افزایش بودجه سال ۱۳۹۷، قراردادهای صاحبان کالا و خدمات در سال ۹۶ یا باید کامل پخش شده باشد یا تمام مبلغ آن وصول شده باشد.

«جدول شماره ۲۴» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی		میزان بودجه ماهانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۸۱	۳۵	۶۰
۲۵۲	۸۰	۱۴۰
۶۷۵	۱۲۵	۳۰۰
۱۸۰۰	۲۶۰	۵۰۰
۳۲۸۰	۳۱۰	۸۰۰
۷۹۲۰	۳۴۰	۱۸۰۰
۱۵۶۰۰	۴۲۰	۳۰۰۰
۲۶۰۴۰	۵۲۰	۴۲۰۰
۴۸۰۰۰	۷۰۰	۶۰۰۰
۸۴۰۰۰	۹۵۰	۸۰۰۰

«جدول شماره ۲۵»

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶ 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

تبصره ۲۵: 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.

تبصره ۲۶: در کلیه گروه‌ها ملاک افزایش بودجه، مقایسه بین مبلغ قرارداد و پخش خواهد بود و در صورتی که پخش کمتر از میزان قرارداد باشد، ملاک محاسبه، میزان پخش پس از اجرای تعدیلات لازم خواهد بود.

ماده ۱۲- تسهیلات تشویقی حمایت از اشتغال داخلی:

اداره کل بازرگانی در ادامه اجرای طرح تشویقی رایگان (حمایت از اشتغال کارگر ایرانی) برای حمایت از واحدهای تولیدی و خدماتی در گروه سوم به شرح ذیل اقدام نموده است.

(الف)

۱- به کلیه صاحبان کالا و خدمات اعم از هلدینگ و سایرین که در سال ۱۳۹۶ از طرح اشتغال کارگر ایرانی استفاده ننموده‌اند، براساس تعداد نیروی انسانی شاغل در واحد ذریبط و طبق جدول شماره ۲۶ آگهی تشویقی رایگان تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۷ تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۲۶»

ردیف	تعداد نفرات	کل زمان به ثانیه
۱	از ۱۰ تا ۳۹	۵۰۰
۲	از ۴۰ تا ۷۹	۷۵۰
۳	از ۸۰ تا ۱۲۹	۱۰۰۰
۴	از ۱۳۰ تا ۲۱۹	۱۵۰۰
۵	از ۲۲۰ تا ۳۶۹	۲۰۰۰
۶	از ۳۷۰ تا ۶۱۹	۲۲۰۰
۷	از ۶۲۰ به بالا	۲۷۰۰

- ۲- نحوه تقسیم‌بندی تسهیلات تشویقی براساس ۵۰ درصد در تلویزیون و ۵۰ درصد در رادیو است.
- ۳- درخصوص آگهی‌های کمتر از ۱۵ ثانیه، ملاک محاسبه ۱۵ ثانیه است.
- ۴- برای استفاده از طرح تشویقی رایگان علاوه بر سایر مدارک و مستندات فعالیت اقتصادی، ارائه تأییدیه اشتغال بکار موضوع جدول شماره (۲۶) از سازمان تامین اجتماعی در پایان سال ۱۳۹۶ و یا در طول سال ۱۳۹۷ برای نیروی کار شاغل در هر واحد تولیدی یا خدماتی ضروری است.

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

درصد اضافه	زمان پخش
۱۵۰	صبحگاهی
۹۰	عصرگاهی
۷۰	شامگاهی

تبصره ۲۷: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

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

درصد اضافه	زمان پخش
۱۱۰	صبحگاهی
۷۰	عصرگاهی
۵۰	شامگاهی

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

درصد اضافه	زمان پخش
۶۰	صبحگاهی
۹۰	عصرگاهی
۱۵۰	شامگاهی

تبصره ۲۸: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

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

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۵۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۱۱۰

(ب)

به قرارداد صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۶ از طرح اشتغال کارگر ایرانی استفاده نموده‌اند در سال ۱۳۹۷ با اداره کل بازرگانی قرارداد پخش آگهی تلویزیونی (ریالی) اولین حضور و یا افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۶ منعقد و پخش نمایند، براساس تعداد نیروی انسانی شاغل در واحد ذیربط، طبق جدول شماره ۳۱ آگهی تشویقی رایگان تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۷ تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۳۱» (ارقام به میلیون ریال)

ردیف	تعداد نفرات	کل زمان به ثانیه	مبلغ حداقل قرارداد سالانه	درصد افزایش بودجه نسبت به سال ۹۶
۱	از ۱۰ تا ۳۹	۱،۰۰۰	۱،۵۰۰	۶۰
۲	از ۴۰ تا ۷۹	۱،۵۰۰	۴،۵۰۰	۶۰
۳	از ۸۰ تا ۱۲۹	۲،۰۰۰	۷،۵۰۰	۶۰
۴	از ۱۳۰ تا ۲۱۹	۳،۰۰۰	۱۱،۰۰۰	۴۵
۵	از ۲۲۰ تا ۳۶۹	۴،۰۰۰	۱۴،۵۰۰	۴۵
۶	از ۳۷۰ تا ۶۱۹	۵،۰۰۰	۱۸،۰۰۰	۴۵
۷	از ۶۲۰ تا ۱۳۶۹	۶،۰۰۰	۲۳،۰۰۰	۲۵
۸	از ۱۳۷۰ تا ۶۲۳۹	۷،۰۰۰	۳۰،۰۰۰	۲۵
۹	از ۶۲۴۰ تا ۹۹۹۹	۸،۵۰۰	۳۹،۰۰۰	۲۵
۱۰	از ۱۰۰۰۰ به بالا	۱۰،۰۰۰	۵۱،۶۰۰	۲۵

- ۱- نحوه تقسیم‌بندی تسهیلات تشویقی براساس ۶۰ درصد در تلویزیون و ۴۰ درصد در رادیو است.
- ۲- در خصوص آگهی‌های کمتر از ۱۵ ثانیه ملاک محاسبه ۱۵ ثانیه است.
- ۳- استفاده از طرح تشویقی رایگان مستلزم ارائه تاییدیه اشتغال بکار موضوع جدول شماره (۳۱) از سازمان تامین اجتماعی در پایان سال ۱۳۹۶ و یا طول سال ۱۳۹۷ مبنی بر تایید نیروی کار شاغل، در هر واحد تولیدی یا خدماتی است.
- ۴- خودرو سازان و بیمه‌های دولتی مشروط به عقد قرارداد حداقل ۲۰۰ میلیارد ریالی، پس از اتمام پخش قرارداد، شامل استفاده از این تسهیلات خواهند بود.
- ۵- وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی و عام عمومی غیر دولتی مشروط به عقد قرارداد حداقل ۳۰۰ میلیارد ریالی، پس از اتمام پخش قرارداد شامل استفاده از این تسهیلات خواهند بود.
- ۶- تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.
- ۷- این تسهیلات فقط مشمول کالاهای تولید ایران است.

تبصره ۲۹: صاحبان کالا و خدمات گروه سوم که مشمول افزایش از ۴۰ درصد به بالا هستند، مشروط به اینکه حداقل بودجه سالانه قرارداد آنها مشمول ردیف ۱۰ جدول شماره ۳۱ باشد، از تسهیلات تشویقی زمانی این ردیف (۱۰ هزار ثانیه) برخوردار خواهند شد.

«جدول شماره ۳۲» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در تلویزیون

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۵۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۷۰

تبصره ۳۰: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۳» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در تلویزیون

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۱۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۵۰

«جدول شماره ۳۴» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در رادیو

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۷۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۸۰

تبصره ۳۱: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۵» ضریب زمانی پخش آگهی تسهیلات تشویقی گروه ۳ در رادیو

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۵۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۶۰

ماده ۱۳ - تسهیلات تشویقی برای برند ملی :

صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۷ از سوی سازمان توسعه تجارت، به عنوان «برند ملی» شناسایی شوند، از تسهیلات تشویقی رایگان ۶۰۰ ثانیه‌ای تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۷ برخوردار خواهند شد.

۱- نحوه تقسیم‌بندی تسهیلات تشویقی براساس ۶۰ درصد در تلویزیون و ۴۰ درصد در رادیو است.

۲- در خصوص آگهی‌های کمتر از ۱۵ ثانیه، ملاک محاسبه ۱۵ ثانیه است.

«جدول شماره ۳۶» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۵۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۷۰

تبصره ۳۲: در صورتی که صاحبان آگهی این گروه بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۷» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۱۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۵۰

«جدول شماره ۳۸» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۷۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۸۰

تبصره ۳۳: در صورتی که صاحبان آگهی این گروه بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۷ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۹» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۵۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۶۰

ماده ۱۴- تسهیلات تشویقی طی سال

۱- آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که کلیه قراردادهای منعقدہ خود را تا پایان مرداد ماه ۱۳۹۷ به اتمام برسانند مشروط بر آنکه قرارداد آن‌ها نقدی باشد، مشمول افزایش بودجه باشند، یا اولین حضور خود را در صدا و سیما تجربه نمایند و تمامی تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند، با حفظ اضافه پخش‌های هر قرارداد تا ۱۳۹۷/۱۱/۳۰، 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 منعقدہ خود را تا پایان مهر ماه ۱۳۹۷ به اتمام برسانند مشروط بر آنکه قرارداد آن‌ها نقدی باشد، مشمول افزایش بودجه باشند، یا اولین حضور خود را در صدا و سیما تجربه نمایند و تمامی تعهدات مالی خود را قبل از اتمام قرارداد پرداخت نموده باشند، با حفظ اضافه پخش‌های هر قرارداد تا ۱۳۹۷/۱۱/۳۰، 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 ۳۴: صاحبان کالا و خدماتی که تولیدات آن‌ها در ایران تحت لیسانس انجام می‌شود اگر در حوزه‌های لوازم آرایشی، بهداشتی و سلولزی تولید می‌کنند، مشروط بر آنکه بودجه سالانه آن‌ها کمتر از ۳۰۰ میلیارد ریال نباشد، بایداز رشد بودجه سالانه حداقل ۴۵ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم خانگی این رشد باید حداقل ۳۵ درصد باشد.

تبصره ۳۵: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود .
 تبصره ۳۶: 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 ۳۷: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه، فرهنگی آموزشی، کتاب و فیلم سینمایی نمی‌شود .

ماده ۱۵- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

«جدول شماره ۴۰»

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

«جدول شماره ۴۱»

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 ۳۸: صاحبان آگهی در همه گروه‌ها که شروع قرارداد آن‌ها فروردین ماه ۱۳۹۷ است، باید حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۶/۱۲/۲۴ وجه قرارداد نقدی خود را به صورت کامل پرداخت نمایند، ملاک امکان پخش، تایید پرداخت وجوه از سوی امور مالی بازرگانی صدا و سیما است.

تبصره ۳۹: صاحبان آگهی که تمایل به پرداخت وجه به صورت ضمانت‌نامه بانکی دارند، می‌توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی ارائه نمایند.

تبصره ۴۰: صاحبان آگهی گروه‌های یک و دو می‌توانند در هریک از رسانه‌ها یک قرارداد نقدی در طول سال ۱۳۹۷ منعقد نمایند.
تبصره ۴۱: 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 ۱۳۹۷/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۶ شروع نمایند).
تبصره ۴۲: به آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۷ 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، با درخواست بالاترین مقام تشخیص و یا معاون اداری و مالی دستگاه مربوط یا ذی‌حساب صاحبان کالا و خدمات صورت حساب صادر می‌گردد و طرف قرارداد موظف است حداکثر به مدت ۷ روز پس از صدور صورتحساب، مبلغ آن را به حساب ذکر شده در قرارداد پرداخت نماید.
تبصره ۴۳: صاحبان کالا و خدمات گروه سه در صورت ارائه ضمانت‌نامه بانکی، با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما، ظرف مدت ۱۰ روز 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 ۴۴: درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس شورای اسلامی برای سال ۱۳۹۷ جداگانه دریافت خواهد شد (مبلغ این مالیات جدا از مبلغ قرارداد دریافت شده و در جدول محاسبات بودجه قرار ندارد).

ماده ۱۶- تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان:

صاحبان کالا و خدماتی 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 ۱۳۹۷/۱۱/۳۰، از تسهیلات تشویقی ۴۰ درصدی برخوردار خواهند بود. در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

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

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

«جدول شماره ۴۲»

ارقام به هزار ریال

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های تلویزیونی قبل از برنامه

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۵۶۵۰۰	۳۱	۳۰۵۰۰	۲۶	۱۸۸۰۰	۲۱	۱۲۰۰۰	۱۶	۶۸۰۰	۱۱	۳۲۰۰	۶	۳۵۰	۱
۶۲۵۰۰	۳۲	۳۵۵۰۰	۲۷	۲۰۵۰۰	۲۲	۱۳۳۰۰	۱۷	۷۷۰۰	۱۲	۳۸۰۰	۷	۶۰۰	۲
۶۸۵۰۰	۳۳	۴۰۵۰۰	۲۸	۲۲۱۰۰	۲۳	۱۴۵۰۰	۱۸	۸۶۰۰	۱۳	۴۵۰۰	۸	۱۰۰۰	۳
۷۴۵۰۰	۳۴	۴۵۵۰۰	۲۹	۲۳۵۰۰	۲۴	۱۵۹۰۰	۱۹	۹۸۰۰	۱۴	۵۲۰۰	۹	۱۵۰۰	۴
۸۰۵۰۰	۳۵	۵۰۵۰۰	۳۰	۲۵۵۰۰	۲۵	۱۷۶۰۰	۲۰	۱۰۹۰۰	۱۵	۶۰۰۰	۱۰	۲۲۰۰	۵

«جدول شماره ۴۳»

ارقام به هزار ریال

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های رادیویی قبل از برنامه

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۱۶۶۵۰	۲۱	۹۹۵۰	۱۶	۵۳۰۰	۱۱	۲۳۰۰	۶	۳۵۰	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 ۱۸- افزایش طبقه هر برنامه:

چنانچه براساس 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 ۴۵: در موارد خاص طبقه بنا به تشخیص و تصویب مدیرکل بازرگانی صدا و سیما تعیین و ابلاغ می‌شود.

ماده ۱۹- جدول ضرایب ماه‌های سال:

با توجه به اینکه برنامه‌های صدا و سیما در ماه‌هایی از سال، مخاطب بیشتری دارد لذا ضرایب ماهانه به شرح جدول ذیل در نظر گرفته شده است تا نسبت به جدول پایه اعمال شود. این ضرایب شامل کلیه پخش‌ها اعم از داخلی، خارجی، تحت لیسانس، تولید مشترک و... می‌شود.

«جدول شماره ۴۴»

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

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

«جدول شماره ۴۵»

ردیف	شرح	ضریب
۱	کالای داخلی با نام ایرانی با تعرفه داخلی محاسبه می‌شود.	۱
۲	کالاهایی که تحت لیسانس شرکت‌ها و گروه‌های خارجی در ایران تولید می‌شوند.	۱/۲
۳	کالای ایرانی با نام و نشان تجاری (برند) خارجی	۱/۲
۴	کالای خارجی با نام و نشان تجاری (برند) ایرانی	۱/۵
۵	کالا و خدمات خارجی (به آن دسته از محصولات اطلاق می‌شود که ٪۱۰۰ فرآیند تولید آن در خارج از کشور صورت گرفته باشد).	۲

تبصره ۴۶: در صورتی که در یک آگهی دو یا چند کالا معرفی شود ضریب پایه، کالای با تعرفه بالاتر خواهد بود (با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما) و به ازای هر کالا ۵۰ درصد به ضریب کالای پایه اضافه می‌شود.

ماده ۲۱- انواع آگهی:

الف- مستقیم (تیزر): آگهی کوتاه تبلیغاتی که ویژگی‌های جذاب کالا یا خدماتی را به نمایش می‌گذارد در تلویزیون ۱۵ ثانیه و در رادیو نیز ۱۰ ثانیه تعیین می‌شود و کمتر از آن نیز در تلویزیون همان ۱۵ ثانیه و رادیو ۱۰ ثانیه محاسبه می‌گردد (به استثناء نشان آگهی).

ب- گزارش آگهی (رپرتاژ): به آگهی‌هایی که ساختاری مستند داشته و گزارشی از مراحل ساخت و یا تولید و یا ارائه یک خدمت را به تصویر می‌کشد و در آن نقش‌آفرینی وجود ندارد، گزارش آگهی اطلاق می‌شود. حداقل زمان گزارش آگهی ۱۲۰ ثانیه است. تشخیص ساختار گزارش آگهی با اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیماست.

تبصره ۴۷: گزارش آگهی، با در نظر گرفتن اولویت برای پخش سایر آگهی‌ها در یک بسته آگهی منوط به وجود ظرفیت پخش است.

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

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 ۲۰ ثانیه و کمتر از آن نیز ۱۵ ثانیه محاسبه می‌گردد.

و- نشان آگهی: در ۶ ثانیه ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی و به تشخیص اداره کل بازرگانی سازمان صداوسیما، نمایش نام و نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی، بدون گفتار، همراه آرم و نشان بازرگانی توأم با موسیقی مصوب شده به صورت روزانه از هر یک از شبکه‌های سیما پخش می‌شود.

تبصره ۴۸: ارسال سفارش به منزله پخش در ابتدا یا انتهای تمام بسته‌های آگهی‌های شبکه تعیین شده است.

ز- آگهی فروش مستقیم کالا:

« جدول شماره ۴۶ »

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

۱- قیمت آگهی‌ها براساس نرخ تیزر محاسبه خواهد شد.

۲- اعتبار هر شناسه تنها برای ۳۰ روز است.

۳- هر شناسه فقط در یک دوره مجوز پخش داشته و در صورت تمایل صاحب آگهی به پخش با زمان کمتر، امکان اصلاح همان شناسه وجود ندارد و باید تیزر کوتاه جدید دیگری تهیه نماید.

۴- صاحب آگهی مجاز به استفاده از صداپیشگان و هنرپیشگان تکراری در شناسه‌های ماهانه خود نیست.

ماده ۲۲- نرخ انواع آگهی:

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

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

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

تبصره ۴۹: برنامه‌های ورزشی مشمول این بند نیست. طبقه برنامه ورزشی، 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 تلویزیون و نرخ آگهی بین برنامه رادیویی معادل نرخ قبل از پخش طبقه برنامه است.

و- **نشان آگهی:** متناسب با سقف طبقات قرارداد از محل قراردادهای تلویزیونی، برای شبکه‌های اول و سوم و نسیم و تمام شبکه‌ها در اعیاد و مناسبت‌های خاص و یک روز قبل از آن، ۱/۵ برابر است. برای شبکه‌های دوم، آی‌فیلم و خبر ۷۵ درصد نرخ همان برنامه است. در شبکه‌های پویا، نمایش و پنج ۴۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. در شبکه‌های مستند، آموزش، ورزش، چهارم، شما، تماشا و جام‌جم ۲۰ درصد نرخ همان برنامه محاسبه می‌شود. نرخ آرم آگهی مربوط به رخدادهای ورزشی متعاقباً اعلام خواهد شد.

ز- **بعد:** نرخ آگهی بعد از برنامه معادل ۸۰ درصد نرخ آگهی قبل از همان برنامه محاسبه می‌شود (مشروط بر آنکه قبل از برنامه بعدی نباشد).

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

«جدول شماره ۴۷»

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	۲

تبصره ۵۰: برای صاحبان کالا و خدماتی که هدایای قرعه‌کشی خود را از محصولات، کالاها و خدمات خود تعیین کنند، نرخ آگهی مربوطه مشمول این بند نخواهد بود. در هلدینگ‌ها هدایای قرعه‌کشی فقط مختص کالا و یا خدمات گروه مربوطه است.

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

«جدول شماره ۴۸»

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 ۲/۵ محاسبه خواهد شد.

تبصره ۵۱: صاحبان کالا و خدماتی که متقاضی قرعه‌کشی باشند ملزم به دریافت، تکمیل و قبول شرایط و ضوابط قرعه‌کشی اداره کل بازرگانی هستند.

ماده ۲۳- ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی‌های بازرگانی:

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

۱- آگهی‌هایی که دارای ساختار داستانی باشند مشروط بر اینکه حداکثر در ۶۰ ثانیه و در طبقات ب و ج پذیرش شوند، ۴۰ ثانیه محاسبه خواهند شد. در طبقه الف همان ۶۰ ثانیه محسوب می‌شود.

۲- صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی‌های تبلیغاتی خود به 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، ۵ ثانیه کمتر محاسبه خواهند شد. در غیر این صورت، مشروط به رعایت ۶۰ ثانیه، به شناسه آگهی ۲۰ ثانیه آگهی رایگان 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 و با رعایت ۶۰ ثانیه، به شناسه آگهی ۲۰ ثانیه آگهی رایگان تعلق می‌گیرد.

۴- بیمه‌ها: در صورتی که هر یک از شناسه آگهی بیمه‌های اختیاری مانند عمر و... را تبلیغ نمایند، مشروط بر رعایت ۶۰ ثانیه، شناسه آگهی مربوط ۲۰ ثانیه کمتر محاسبه خواهد شد.

۵- صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی‌های تبلیغاتی خود چراغ سلامت مصوب سازمان غذا و دارو را تبلیغ نمایند، مشروط بر آنکه کد شناسه آگهی آنها کمتر از ۴۰ ثانیه نباشد، به شناسه آگهی مربوطه ۵ ثانیه آگهی رایگان تعلق می‌گیرد.

تبصره ۵۲: هر یک از صاحبان کالا و خدمات در هر یک از کد شناسه‌های آگهی می‌توانند فقط از یک بند ماده فوق استفاده نمایند.

ماده ۲۴- موقعیت آگهی در بسته:

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

«جدول شماره ۴۹»

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

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

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

ماده ۲۵- زمان سفارش آگهی:

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

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

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

تبصره ۵۳: آگهی‌های زمان‌دار مانند نمایشگاه‌ها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه در شرایط مساوی از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردار می‌شوند.

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

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

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

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

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

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

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

تبصره ۵۴: 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 سفارش اولیه صادر خواهد شد. اگر در طبقات پایین‌تر پخش شود، معادل طبقه پخش شده صورتحساب صادر خواهد شد. در صورت تغییر ساعت پخش برنامه، آگهی با همان طبقه سفارش داده شده محاسبه می‌شود.

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

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

ماده ۲۷- قطع پخش آگهی:

الف- قطع پخش آگهی با دستور کتبی مدیرکل بازرگانی صدا و سیما امکان‌پذیر است. حسب مورد اعلام مکتوب قطع پخش آگهی به صاحب آن یا شرکت همکار به جز بندهای 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 لازم 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 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 صاحب آگهی و شرکت همکار با آگاهی از این موضوع، قبلاً حق هرگونه ادعا و اعتراض بعدی در این خصوص را از خود سلب و ساقط نموده‌اند.

ماده ۲۸- صورت حساب:

صورت حساب آگهی‌های پخش شده به صورت هفتگی تهیه و به صاحبان آگهی 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 ۲۹- تعدیل:

در صورت عدم پخش کامل تا پایان زمان قرارداد در هر نوع قرارداد رادیویی یا تلویزیونی در تمامی گروه‌ها، مدت قرارداد افزایش نمی‌یابد و با کسر امتیاز اضافه پخش، متناسب با بودجه هزینه شده از زمان پخش، درصد اضافه پخش بودجه ماهانه یا سالانه و افزایش بودجه و حضور مستمر و ظرفیت‌های تشویقی احتمالی به نسبت میزان پخش، تعدیل و مفاصا حساب نهایی صادر می‌شود.

تبصره ۵۵: قرارداد صاحبان کالا و خدماتی که از هرگونه اضافه پخش تشویقی، افزایش بودجه ماهانه و سالانه و... استفاده نمایند، در صورت عدم پخش کامل تمامی قراردادهای، به نسبت پخش هر قرارداد تعدیل خواهد شد.

ماده ۳۰- فسخ قرارداد:

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

ماده ۳۱- کارمزد:

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

ب- کارمزد پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...)، 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 پرداخت خواهد شد.

ج - 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 علاوه بر بند ب ماده ۳۱ و پس از کسر کسورات قانونی مانند بیمه - مالیات و... کارمزد محاسبه 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، در صورت افزایش ۱۰۰ درصدی نسبت به سال گذشته، ۳

درصد و در صورت افزایش ۲۰۰ درصدی و بالاتر بودجه نسبت به سال گذشته، ۴ درصد کارمزد علاوه بر کارمزد بند ب ماده ۳۱ و پس از کسر کسورات قانونی بیمه، مالیات و ... پرداخت می‌گردد.

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

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

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

تبصره ۵۶: در صورت عدم رعایت سقف مندرج بند «ز» ماده ۳۱، به جهت تحقق اهداف بند فوق، کارمزد متعلقه براساس میزان پخش قرارداد مذکور به نرخ صفر محاسبه می‌شود و همچنین به ازای هر بار عدم رعایت این بند، یک رتبه از رتبه‌بندی شرکت یا کانون تبلیغاتی کسر خواهد شد. تشخیص این امر با اداره کل بازرگانی است و در صورت تکراری که باعث تنزل به رتبه ۵ یا تنزل از رتبه ۵ شود، به مدت یک سال از ادامه همکاری شرکت یا کانون ممانعت بعمل می‌آید.

این مجموعه ضوابط شامل ماده ۳۱ و ۵۶ تبصره است که به استناد ماده ۲۲ اساسنامه و قانون اداره سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و آیین‌نامه‌های شماره ۱۱۰۰/۳۰۱۹ تاریخ ۱۳۸۳/۴/۱ و ۲۳۰۰/۳۱۸۵/۱۲۴۰ تاریخ ۱۳۸۳/۵/۵ تنظیم و به تصویب ریاست محترم سازمان رسیده است.