



صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران

ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی های

رادیویی و تلویزیونی

تاریخ اجرا: ۱۳۹۴/۰۱/۰۱

اداره کل بازرگانی سازمان

آذر و دی ماه ۱۳۹۳

فهرست عناوین:

صفحه	عنوان
۲	مقدمه
۳	صاحب آگهی
۴	شرکت همکار
۴	انواع قراردادها
۵	انواع امتیازهای تشویقی قراردادها
۶	اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده
۶	تسهیلات بخشهای تولیدی و خدماتی کشور در راستای اجراء هدفمند و هوشمندانه سیاست های اصل ۴۴ و نیز اقتصاد مقاومتی
۷	امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی
۷	تسهیلات حمایت از تولید کنندگان و صاحبان خدمات برتر
۷	اضافه پخش خوش حسابی در رادیو و تلویزیون
۸	اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروههای صاحبان کالا و خدمات
۱۲	تسهیلات تشویقی طی سال
۱۳	انواع پرداخت قراردادها
۱۴	تعدیل
۱۴	فسخ قراردادها
۱۴-۱۵	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه های رادیویی و تلویزیونی
۱۵	افزایش طبقه هر برنامه
۱۵	جدول ضرایب ماههای سال
۱۵	ضرب محاسبه آگهی خارجی - مشترک - تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون
۱۶	انواع آگهی
۱۷	نرخ انواع آگهی
۱۸	موقعیت آگهی در بسته
۱۸	زمان سفارش آگهی
۱۸	حذف و جابجایی آگهی
۱۹	قطع آگهی
۱۹	صورتحساب
۱۹	

مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش آگهی تبلیغات بازرگانی سال ۱۳۹۴ در راستای سیاست های اصل ۴۴ و سیاست های اقتصاد مقاومتی براساس برآورد ظرفیت های پیش بینی شده با هدف حمایت حداکثری از کار و سرمایه ایرانی برگرفته از رویکرد زیر تهیه و تدوین شده است.

-تأمین رشد پویا و بهبود شاخص های اقتصاد مقاومتی

-حمایت از کار آفرینان و به حداکثر رساندن مشارکت واحدهای تولیدی و خدماتی کشور

-حمایت از تولید کنندگان، صادر کنندگان محصولات و خدمات ایرانی

-حمایت از مخترعین و فعالان دانش بنیان

-ایجاد رقابت سالم در حوزه های تولیدی کشور

-توجه جدی به اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی

-کمک به ارتقاء سطح فرهنگی و آموزشی تبلیغات بازرگانی از جمله بخشهای احترام به والدین - سطح 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 بمنظور حضور مستمر برندهای ایرانی که دارای اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می باشد.

ماده ۱- صاحب آگهی:

صاحبان آگهی عبارتند از اشخاص حقیقی و یا حقوقی (اعم از بخش دولتی یا خصوصی) که به منظور معرفی محصول یا خدمات خود اقدام به پخش آگهی از شبکه های رادیو و تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می نمایند.

هدینگ گروه اقتصادی برای گروه چهار:

- هدینگها به آندسته از اشخاص حقوقی صاحبان کالا و خدماتی اطلاق می گردد که سهامداران مجموعه گروه ها مطابق قانون تجارت بیش از ۵۰ درصد سهام و سرمایه (که در ثبت شرکتها به ثبت رسیده است) متعلق به گروه اصلی (مرکزی) باشد. به این دسته از صاحبان کالا جدول بودجه ماهانه به کل گروه تعلق می گیرد لیکن از آنجا که بقیه ظرفیتهای تولیدی هرگروه مانند بخشهای صنایع دستی و فرش دستبافت، کشاورزی، صنعت و خدمات بر اساس جدول هدفمندی و سایر بندها تعیین می گردد مبنای تسهیم جدول بر مبنای سقف بودجه هرگروه خواهد بود.

- آندسته از صاحبان کالا و خدماتی که هدینگ نیستند ولی تنوع محصول یا خدمات داشته باشند بر اساس میزان بودجه ارائه شده برای هر یک از گروه محصولات از بقیه ظرفیتهای تولیدی و همانند هدفمندی و سایر بندها تعلق می گیرد.

تبصره ۱: در صورتیکه گروه مذکور در سالهای بعد از مجموعه هدینگ خارج شوند مبنای محاسبه بودجه ماهانه میزان اعتبار اولیه گروه در سال ۱۳۹۴ بوده و ملاک افزایش بودجه سقف گروه هدینگ می باشد.

۱-۱: گروه صاحبان آگهی:

گروه اول: گروه اپراتورهای تلفن همراه

گروه دوم: بانکها و موسسات مالی و اعتباری و صندوق های قرض الحسنه

گروه سوم: وزارتخانه ها، سازمانها و شرکتها و موسسات دولتی و عام عمومی غیر دولتی

گروه چهارم: به استثنای گروه یک تا سه

تبصره ۲: خودروها در گروه چهار محاسبه می شوند.

۱-۲: تعریف قرارداد و شرایط آن:

قرارداد پخش آگهی تعهدی است کتبی که طبق تعرفه های مصوب به صورت دو طرفه که شامل اداره کل بازرگانی و صاحب آگهی و یا به صورت سه طرفه شامل اداره کل بازرگانی، صاحب آگهی و شرکت تبلیغاتی تنظیم و پس از اخذ مدارک، معتبر و نافذ خواهد بود.

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

ب- تمام قراردادهای طبق نمونه های از قبل تهیه شده، منعقد و مبادله می شود.

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

د- در صورتیکه صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود در زمانهای مقرر خودداری نمایند اداره کل بازرگانی مختار است نسبت به عدم پخش آگهی های تبلیغاتی صاحب آگهی اقدام نماید و نسبت به وصول مطالبات خود با اجراء تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدامات لازم را مبذول نماید.

ه- درخواست و امضاء قرارداد می‌بایست از طرف مقام تشخیص سازمان، وزارتخانه یا معاون اداری و مالی یا مدیرکل یا مدیر روابط عمومی باشد در سایر موارد ارائه تصویری از اساسنامه و آخرین روزنامه رسمی که در آن صاحبان امضای مجاز را معرفی نموده باشد الزامی است.

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

تبصره ۳: تغییر شرکت همکاری در قراردادهای سه طرفه با ارائه تسویه حساب از شرکت همکاری قبلی، حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ اعلام به اداره کل بازرگانی انجام خواهد شد. پخش با شرکت همکاری جدید بلافاصله صورت می‌پذیرد در صورت اعتراض شرکت همکاری قبلی اداره کل بازرگانی جهت تعیین تکلیف کارمزد باقی مانده و اقدامات اجرایی بعنوان حکم و داور مرضی‌الطرفین به مسئله رسیدگی خواهد کرد و نظر اداره کل بازرگانی قطعی و لازم الاجراء است.

تبصره ۴: در صورت اجراء تبصره ۳ تمامی تعهدات سازمان نسبت به صاحبان آگهی کماکان به قوت خود باقی می‌باشد.

ماده ۲ - شرکت همکاری:

الف- شرکت همکاری، به شرکت ها و کانونهای تبلیغاتی اطلاق می‌شود که دارای مجوز رسمی تبلیغات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشند و ضمن قبول ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی اقدام به عقد قرارداد همکاری نمایند.

ب- هر شرکت همکاری که برای صاحب آگهی درخواست عقد قرارداد می نماید، می‌بایست از صاحب آگهی معرفی نامه سال ۱۳۹۴ ارائه نماید. (در صورت عدم قید مدت اعتبار از سوی صاحب آگهی، معرفی نامه یک ماه معتبر خواهد بود)

ج - هیچگونه وکالت برای نقل و انتقال و واگذاری امتیاز کانون مورد قبول نمی‌باشد. در صورت لزوم بایستی مجوز از طریق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار شود.

د- شرکتهای تبلیغاتی که سال گذشته عقد قرارداد همکاری داشته‌اند اما آگهی از صداوسیما پخش ننموده‌اند در سال جدید پس از معرفی صاحب آگهی همزمان با قرارداد پخش می‌توانند قرارداد همکاری نیز منعقد نمایند.

ماده ۳ - انواع قراردادها:

۳-۱- قرارداد نوع الف تلویزیونی و رادیویی: پخش آگهی در همه طبقات^۱ امکان پذیر است.

۳-۲- قرارداد نوع ب تلویزیونی: طبق جدول شماره ۱۸ تا طبقه ۱۴ امکان پذیر است.

^۱ - طبقه: قیمت گذاری برنامه های شبکه های مختلف رادیویی و تلویزیونی بر مبنای ارزش گذاری طبقه ای می باشد که جدول مربوطه در صفحه های ۱۴ و ۱۵ آمده است.

۳-۳- قرارداد نوع ج تلویزیونی: طبق جدول شماره ۱۸ فقط تا طبقه ۱۰ امکان پذیر است.
تبصره ۵: قراردادهایی که شروع پخش آنها از تاریخ ۱۳۹۴/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۳ شروع نمایند.

ماده ۴- انواع امتیاز های تشویقی قراردادها:

الف - اضافه پخش تسریع:

عقد قراردادهای جدید پخش برای سال ۱۳۹۴ از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۰ آغاز می‌شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه ریزی 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 نمی باشد بلکه می‌بایست اسناد مالی آن نیز در تاریخ مقرر طبق جدول گروه ها تسلیم امور مالی بازرگانی شود.

گروه اول به قراردادهایی که: ((جدول شماره ۱))

شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی	درصد اضافه پخش رادیویی
از بیستم دی ماه تا پانزدهم بهمن ماه ۱۳۹۳	۷۰	۱۵۰
از شانزدهم بهمن ماه تا پانزدهم اسفند ماه ۱۳۹۳	۵۰	۱۰۰
شانزدهم اسفند ماه ۱۳۹۳ تا پایان فروردین ماه ۱۳۹۴	۱۰	۳۰

گروه دوم به قراردادهایی که: ((جدول شماره ۲))

شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی	درصد اضافه پخش رادیویی
از بیستم دی ماه تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۳	۷۰	۱۵۰
از اول اسفند ماه تا بیست اسفند ماه ۱۳۹۳	۶۰	۱۰۰
بیست و یکم اسفند ماه ۱۳۹۳ تا پایان فروردین ماه ۱۳۹۴	۲۰	۳۰
اول اردیبهشت ماه تا پایان اردیبهشت ماه ۱۳۹۴	۵	۱۰

گروه های سوم و چهارم: ((جدول شماره ۳))

شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی	درصد اضافه پخش رادیویی
از بیستم دی ماه تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۳	۷۰	۱۵۰
از اول اسفند ماه تا پایان اسفند ماه ۱۳۹۳	۶۰	۱۲۰
از اول فروردین تا پایان اردیبهشت ماه ۱۳۹۴	۱۰	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 آگهی اقدام به انعقاد قرارداد جهت پخش نمایند، طبق جدول ذیل اضافه پخش تشویقی در طول سال ۱۳۹۴ به هر تعداد که قرارداد منعقد نمایند تعلق می‌گیرد.

((جدول شماره ۴))

درصد اضافه پخش رادیویی	درصد اضافه پخش تلویزیونی	شرح
۱۸۰	۱۰۰	۱۳۹۳/۱۲/۲۹ تا ۱۳۹۳/۰۱/۰۱
۲۳۰	۱۵۰	۱۳۹۳/۱۲/۲۹ تا ۱۳۹۱/۰۱/۰۱

تبصره ۶: نام و نشان تجاری (برند) ضمن افزایش کیفیت، کمیت باعث رونق اقتصادی و کاهش امر واسطه‌گری و تعادل قیمت در بازار بخصوص در نوسانات اقتصادی خواهد شد لذا رسانه ملی در بخش تبلیغات به منظور ارتقاء شاخصهای فوق الذکر نسبت به تقویت آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که علاوه بر محصولات قبلی خود اقدام به تولید گروه محصولات و خدمات جدید نمایند به هر یک از شناسه آگهی‌ها بر اساس اولین بار ۱۵۰٪ تعلق می‌گیرد.

تبصره ۷: شاخص تشخیص حضور اولین بار، نام و نشان تجاری (برند) کالا یا خدمات می‌باشد و هرگونه تغییری در نام صاحب آگهی و یا شرکت و یا معاونتها و قسمت‌ها و نمایندگی یا استانها مشمول اعطای این امتیاز نخواهد بود و به هر صاحب آگهی یک امتیاز حضور اولین بار اعطا میشود. کلیه قراردادهایی که در سه ماهه پایانی سال ۱۳۹۳ منعقد می‌گردد به منظور حمایت از صاحبان کالا و خدمات حضور اولین بار در سال ۱۳۹۴ به قوت خود باقی است.

ماده ۵- اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده:

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

ماده ۶- تسهیلات بخشهای تولیدی و خدماتی کشور در راستای اجراء هدفمند و هوشمندانه سیاست‌های اصل ۴۴ و نیز اقتصاد مقاومتی:

به منظور حمایت حداکثری از تولید کنندگان داخلی و نیز ارائه دهندگان خدمات و کمک به توسعه اقتصادی کشور اضافه پخش تشویقی علاوه بر سایر امتیازات به شرح زیر اعطاء می‌شود.

((جدول شماره ۵))

درصد اضافه پخش تشویقی	شرح
۷۵	*لبنیات شامل شیر، پنیر، ماست
۷۰	صنایع دستی و فرش دستبافت
۵۵	کشاورزی
۴۵	صنعت
۳۵	خدمات

***تبصره ۸:** به منظور حمایت از تولید کنندگان لبنیات شامل شیر، ماست و پنیر کشور که در راستای ارتقاء سطح سلامت جامعه تبلیغ نمایند، علاوه بر سایر ظرفیتهای تشویقی، ۷۵ درصد اضافه پخش به شناسه آگهی های گروه تولید لبنیات شامل شیر، ماست و پنیر اعطا خواهد شد. شایان ذکر است در صورتی که صاحب آگهی از جدول شماره ۵ ماده ۶ بخش کشاورزی یا صنعت استفاده نموده باشند مابه التفاوت در شناسه آگهی لحاظ می شود.

ماده ۷: امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی:

برای حمایت از صاحبان کالا و خدمات گروه دو، سه، چهار که سابقه تبلیغات در هر یک از رسانه های رادیو یا تلویزیون داشته اند اضافه پخش طبق جدول زیر علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد.

((جدول شماره ۶))

سالهای حضور	اضافه پخش
یک ساله	۴۰
دو ساله	۸۰
سه ساله	۱۲۰
چهار ساله	۱۵۰
پنج ساله به بالا	۱۷۰

تبصره ۹: اضافه پخش حضور مستمر در رادیو یا تلویزیون مشروط به افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۳ می باشد.

ماده ۸: تسهیلات حمایت از تولید کنندگان و صاحبان خدمات برتر:

به جهت حمایت از آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که در راستای اصلاح الگو مصرف، با هدف کاهش مصرف انرژی در جامعه اقدام می نمایند و نیز ترغیب تولید کنندگان داخلی به شرح ذیل به گروه های دو و سه و چهار پس از ارائه مدارک مثبت مربوطه اضافه پخش اعطاء می شود.

- ۱- ارتقاء شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر ۳۰ درصد
- ۲- صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ صادرات ۳۰ درصد
- ۳- صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ تولید ۳۰ درصد
- ۴- صاحبان کالا و خدمات از لحاظ ثبت اختراع ۳۰ درصد
- ۵- فن آوری جدید از جمله موتورسیکلت ها و خودروهای برقی ۳۰ درصد
- ۶- صاحبان کالا و خدماتی که کارآفرین برتر طی سال ۱۳۹۳ باشند ۳۰ درصد

ماده ۹: اضافه پخش خوش حسابی در رادیو و تلویزیون:

به جهت حمایت از آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که پرداخت های خود را در قالب ضوابط و مقررات اداره کل بازرگانی هر ساله اعم از نقدی، تعهدی و یا ضمانت نامه ای رأس سر رسید مقرر اقدام نموده و وصول شده باشند از اضافه پخش جدول ذیل علاوه بر سایر ظرفیتهای تشویقی بهر مند می شوند.

((جدول شماره ۷))

سال حضور	در صد اضافه پخش
۱ ساله	۲۰ درصد
۲ ساله متوالی	۳۰ درصد
۳ ساله متوالی	۴۰ درصد
۴ ساله متوالی	۵۰ درصد
۵ ساله متوالی	۶۰ درصد

ماده ۱۰: اضافه پخش بودجه سالانه، ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات

الف: گروه اول

((جدول شماره ۸))

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۳ تلویزیونی					بودجه سال ۹۴
۱,۱۰۰,۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰	۶۵۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش					بودجه سال ۹۳
۴۲۰	۳۵۰	۲۵۰	۱۴۰	۱۰۰	
۴۱۸	۳۴۵	۲۴۰	۱۳۵	۰	۵۰۰,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱,۲۵۰,۰۰۰	۱۵۰	۵۰۰,۰۰۰
۱,۹۵۰,۰۰۰	۲۰۰	۶۵۰,۰۰۰
۳,۳۷۵,۰۰۰	۳۵۰	۷۵۰,۰۰۰
۴,۱۴۰,۰۰۰	۳۶۰	۹۰۰,۰۰۰

((جدول شماره ۹))

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۳ رادیویی			بودجه سال ۹۴
۹۰,۰۰۰	۷۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش			بودجه سال ۹۳
۳۲۰	۲۷۰	۲۰۰	
۳۰۰	۱۳۰	۰	۵۰,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱۶۰,۰۰۰	۲۲۰	۵۰,۰۰۰
۲۷۰,۰۰۰	۲۶۰	۷۵,۰۰۰
۳۶۰,۰۰۰	۳۰۰	۹۰,۰۰۰
۹۰۰,۰۰۰	۶۵۰	۱۲۰,۰۰۰

تبصره ۱۰: برای بودجه‌های سالانه بالاتر از سقف جدول در تلویزیون به ازاء هر ۳۰ میلیارد ریال ۱۰ درصد و در رادیو به ازاء هر ۵ میلیارد ریال ۴۰ درصد اضافه پخش داده خواهد شد.

ب: گروه دوم:

((جدول شماره ۱۰))

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۳ تلویزیونی							بودجه سال ۹۴
۵۵۰,۰۰۰	۴۱۰,۰۰۰	۳۲۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش							بودجه سال ۹۳
.	.	.	۳۳۵	۳۰۰	۲۶۵	۵۰	۳۰,۰۰۰
.	.	.	۳۴۵	۳۰۰	۲۱۵	.	۵۰,۰۰۰
.	.	۳۴۰	۲۵۵	۱۳۰	.	.	۱۰۰,۰۰۰
.	۳۰۰	۲۷۰	۱۴۵	.	.	.	۱۵۰,۰۰۰
۳۶۰	۳۲۰	۱۷۰	۲۰۰,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۸۰,۰۰۰	۶۰	۵۰,۰۰۰
۱۸۵,۰۰۰	۸۵	۱۰۰,۰۰۰
۳۴۵,۰۰۰	۱۳۰	۱۵۰,۰۰۰
۵۲۰,۰۰۰	۱۶۰	۲۰۰,۰۰۰
۱,۱۲۰,۰۰۰	۲۵۰	۳۲۰,۰۰۰
۱,۶۴۰,۰۰۰	۳۰۰	۴۱۰,۰۰۰
۲,۶۴۰,۰۰۰	۳۸۰	۵۵۰,۰۰۰

((جدول شماره ۱۱))

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۳ رادیویی					بودجه سال ۹۴
۱۰۰,۰۰۰	۷۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	
درصد اضافه پخش					بودجه سال ۹۳
.	.	۴۸۰	۳۰۰	۱۴۵	۳,۰۰۰
.	۳۵۴	۴۰۰	۱۹۰	.	۱۵,۰۰۰
۳۵۰	۳۳۴	۳۳۰	.	.	۲۵,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۴۰,۵۰۰	۱۷۰	۱۵,۰۰۰
۷۵,۰۰۰	۲۰۰	۲۵,۰۰۰
۱۸۰,۰۰۰	۲۶۰	۵۰,۰۰۰
۳۴۹,۵۰۰	۳۶۶	۷۵,۰۰۰
۵۴۰,۰۰۰	۴۴۰	۱۰۰,۰۰۰

تبصره ۱۱: بالاتر از سقف جدول سالانه در تلویزیون به ازاء هر ۱۰ میلیارد ریال ۱۵ درصد و در رادیو هر ۵ میلیارد ریال ۴۰ درصد اضافه پخش تشویقی اعطاء می شود.

تبصره ۱۲: ملاک افزایش بودجه مقایسه بین مبلغ قرارداد و پخش خواهد بود که در صورتیکه پخش کمتر از میزان قرارداد باشد ملاک محاسبه، میزان پخش پس از اجرای تعدیلات لازم خواهد بود.

ج: گروه سوم:

((جدول شماره ۱۲))

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۳ تلویزیونی									بودجه سال ۹۴
۵۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۸,۰۰۰	۵,۰۰۰	۳,۰۰۰	۱,۰۰۰	
درصد اضافه پخش									بودجه سال ۹۳
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰۰	۴۰	۲۰	۵۰۰
۰	۰	۰	۰	۰	۱۵۰	۸۰	۳۰	۰	۱,۰۰۰
۰	۰	۰	۰	۱۶۰	۱۰۰	۵۰	۰	۰	۳,۰۰۰
۰	۰	۰	۲۰۰	۱۲۰	۵۰	۰	۰	۰	۵,۰۰۰
۰	۰	۲۳۰	۱۴۰	۸۰	۰	۰	۰	۰	۸,۰۰۰
۰	۲۶۰	۱۵۰	۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰,۰۰۰
۲۶۰	۱۵۰	۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۵,۰۰۰
۲۶۰	۱۴۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲۰,۰۰۰
۱۶۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳۰,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی		پخش ماهانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۳۲۵	۳۰	۲۵۰
۸۷۰	۴۵	۶۰۰
۱,۳۵۰	۵۰	۹۰۰
۲,۴۴۰	۶۰	۱,۵۰۰
۵,۴۴۰	۷۰	۳,۲۰۰
۹,۰۰۰	۸۰	۵,۰۰۰
۱۶,۰۰۰	۱۰۰	۸,۰۰۰
۲۶,۴۰۰	۱۴۰	۱۱,۰۰۰
۴۹,۵۰۰	۲۰۰	۱۶,۵۰۰
۹۸,۸۰۰	۲۸۰	۲۶,۰۰۰

((جدول شماره ۱۳))

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۳ رادیویی						بودجه سال ۹۴
۱۰,۰۰۰	۵,۰۰۰	۳,۰۰۰	۲,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵۰۰	
درصد اضافه پخش						بودجه سال ۹۳
۰	۰	۰	۱۵۰	۱۰۰	۵۰	۲۰۰
۰	۰	۱۶۰	۱۱۰	۵۰	۰	۵۰۰
۰	۲۲۰	۱۵۰	۱۲۰	۰	۰	۱,۰۰۰
۲۶۰	۱۷۰	۱۱۰	۰	۰	۰	۲,۰۰۰
۱۷۰	۱۲۰	۰	۰	۰	۰	۳,۰۰۰
۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۵,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی		پخش ماهانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱۴۰	۴۰	۱۰۰
۳۵۲	۶۰	۲۲۰
۹۶۰	۱۰۰	۴۸۰
۱,۶۵۰	۱۲۰	۷۵۰
۳,۶۰۰	۱۴۰	۱,۵۰۰
۸,۱۰۰	۱۷۰	۳,۰۰۰
۲۱,۰۰۰	۲۰۰	۷,۰۰۰
۴۲,۹۰۰	۲۹۰	۱۱,۰۰۰

د: گروه چهارم:

در راستای ادامه حمایت خاص و ویژه از بخش های تولید و خدماتی گروه مذکور جداول زیر ارائه گردیده:
 ((جدول شماره ۱۴))

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه نسبت به سال ۹۳ تلویزیونی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۲۰	۳۰
۴۰	۷۰
۸۰	۱۲۰
۱۰۰	۱۸۰
۱۶۰	۲۷۰
۲۰۰	۳۲۰
۲۸۰	۴۰۰
۴۰۰	۵۴۰

(ارقام به میلیون ریال)

مبلغ تولیدی	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی	
	درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱۵۰	۶۰	۲۴۰
۳۰۰	۹۰	۵۷۰
۵۰۰	۱۲۰	۱،۱۰۰
۱،۲۰۰	۱۴۵	۲،۹۴۰
۲،۰۰۰	۱۵۶	۵،۱۲۰
۳،۲۰۰	۱۶۲	۸،۳۸۴
۴،۶۰۰	۱۷۶	۱۲،۶۹۶
۶،۵۰۰	۱۸۸	۱۸،۷۲۰
۸،۶۰۰	۲۱۰	۲۶،۶۶۰
۱۰،۸۰۰	۲۲۲	۳،۴۷۸
۱۳،۲۰۰	۲۶۰	۴۷،۵۲۰
۱۶،۰۰۰	۲۸۰	۶۰،۸۰۰

((جدول شماره ۱۵))

(ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه نسبت به سال ۹۳ رادیویی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۲۰	۶۰
۴۰	۱۴۰
۸۰	۲۴۰
۱۰۰	۳۶۰
۱۶۰	۴۰۵
۲۰۰	۴۸۰
۲۸۰	۶۰۰
۴۰۰	۸۱۰

(ارقام به میلیون ریال)

مبلغ تولیدی	جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی	
	درصد اضافه پخش	جمع پخش
۵۰	۶۰	۸۰
۱۰۰	۸۰	۱۸۰
۱۵۰	۱۱۰	۳۱۵
۲۵۰	۱۳۵	۵۸۸
۴۰۰	۱۵۶	۱،۰۲۴
۸۰۰	۱۶۲	۲،۰۹۶
۱۱۰۰	۱۹۰	۳،۱۹۰
۱۵۵۰	۱۹۵	۴،۵۷۳
۲۰۰۰	۲۱۵	۶،۳۰۰
۲۷۰۰	۲۲۷	۸،۸۲۹
۳۲۰۰	۲۶۵	۱۱،۶۸۰
۴۰۰۰	۲۸۵	۱۵،۴۰۰
۵۰۰۰	۳۲۵	۲۱،۲۵۰
۶۵۰۰	۴۰۵	۳۲،۸۲۵

تبصره ۱۳: برای بودجه های بالاتر از سقف جدول ماهانه در گروههای سوم و چهارم در تلویزیون به ازاء هر ۴ میلیارد ریال ۱۰ درصد و در رادیو هر دو میلیارد ریال ۲۰ درصد اضافه پخش تشویقی اعطاء می شود.

تبصره ۱۴: در صورتیکه افزایش بودجه سالانه هر یک از صاحبان کالا و خدمات نسبت به سال قبل رشد بیش از طبقه پیش بینی شده در جدول داشته باشند به ازاء افزایش هر طبقه اعلام شده ۱۰ درصد اضافه پخش تشویقی به طبقه ما قبل اضافه خواهد شد.

تبصره ۱۵: به آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۴ مشمول امتیازات تشویقی افزایش بودجه می گردند در صورتیکه بیش از ۱ قرارداد در طول دوره منعقد نمایند امتیازات اضافه پخش بودجه و حضور مستمر به آخرین قرارداد منعقد تعلق می گیرد.

تبصره ۱۶: صاحبان کالا و خدماتی که از اضافه پخش تشویقی، افزایش بودجه ماهانه و سالانه استفاده می نمایند در صورت عدم پخش کامل تمامی قراردادهای به نسبت پخش هر قرارداد تعدیلات لازم صورت می پذیرد.

تبصره ۱۷: به صاحبان کالا و خدماتی که اولین حضور خود در طی سه ماهه آخرا سال ۱۳۹۳ در رسانه ملی را تجربه می نمایند به انتخاب صاحب کالا و خدمات حضور اولین بار و یا افزایش بودجه تعلق می گیرد.

تبصره ۱۸: به قراردادهای نوع ب تلویزیونی در تمامی گروهها به عنوان تشویق ۱۰۰ درصد اضافه پخش علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد.

تبصره ۱۹: به قراردادهای نوع ج تلویزیونی در تمامی گروهها به عنوان تشویق ۲۰۰ درصد اضافه پخش علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد.

ماده ۱۱- تسهیلات تشویقی طی سال:

الف) آن دسته از صاحبان کالا و خدمات گروه چهارم که کلیه قراردادهای منعقد خود را طی شش ماهه اول سال ۱۳۹۴ به پایان برسانند مشروط بر آنکه مشمول جدول افزایش بودجه حداقل ۴۰ درصدی شده باشند و تمامی تعهدات مالی خود را تا پایان ۳۱/۰۶/۱۳۹۴ پرداخت نمایند مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۱۰۰ درصد با حفظ اضافه پخشهای هر قرارداد تا ۳۰/۱۱/۱۳۹۴ خواهند بود. در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

ب) گروههای اول و دوم و سوم اگر کلیه قراردادهای منعقد خود را حداکثر تا پایان ۳۱/۰۶/۱۳۹۴ به اتمام برسانند مشروط به استفاده از جدول افزایش بودجه باشند و تمامی تعهدات مالی خود را تا ۳۱/۰۶/۱۳۹۴ پرداخت نموده باشند، می توانند ۱۰۰ درصد با حفظ اضافه پخش هر قرارداد از ظرفیت تشویقی حداکثر تا ۳۰/۱۱/۱۳۹۴ استفاده نمایند. در صورت اتمام بودجه استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

تبصره ۲۰: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد پخش خواهد شد.

تبصره ۲۱: چنانچه پخش اصلی با یک شرکت تبلیغاتی باشد پخش تشویقی اعطایی با همان شرکت تبلیغاتی می بایستی انجام شود. (در صورت اعلام عدم طلب کارمزد توسط شرکت تبلیغاتی تسهیم رایگان بلامانع است)

تبصره ۲۲: صاحبان کالا و خدماتی که اولین حضور خود را در رسانه ملی تجربه می نمایند مشمول این طرح می شوند.

تبصره ۲۳: این طرح مشمول قراردادهای خاص، فرهنگی و آموزشی نخواهد شد.

ماده ۱۲- انواع پرداخت قراردادها:

الف - نقدی:

((جدول شماره ۱۶))

جدول پرداخت گروه یک تا سه		
نحوه پرداخت	درصد پرداخت	درصد اضافه پخش
نقدی	۱۰۰	۱۷۰
	۹۰	۷۰
	۶۰	۲۰
	۵۰	۱۵

((جدول شماره ۱۷))

جدول پرداخت گروه چهارم	
نحوه پرداخت	درصد اضافه پخش
نقدی	۲۲۰
ضمانت نامه ای	۱۰۰

تبصره ۲۴: صاحبان آگهی که شروع قرارداد آنها فروردین ماه ۱۳۹۴ می باشد گروه های اول تا ۱۳۹۳/۱۲/۱۰ و گروه دوم تا ۱۳۹۳/۱۲/۱۵ و گروه سوم و چهارم حداکثر تا مورخ ۱۳۹۳/۱۲/۲۰ وجه قرارداد نقدی خود را می بایست به صورت کامل پرداخت نمایند.

تبصره ۲۵: در قراردادهای نقدی گروه چهارم شروع پخش، پس از واریز وجه به حساب شماره ۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰۴۵۶۹ بانک مرکزی و یا شماره شبا ۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰۴۵۶۹ IR بنام سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ارائه و رسید آن و یا ارائه اسناد مالی همزمان با عقد قرارداد حداقل ۱۰ روز قبل از تاریخ پخش امکان پذیر خواهد بود.

تبصره ۲۶: صاحبان آگهی که تمایل به پرداخت وجه بصورت ضمانت نامه بانکی دارند، می توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت نامه بانکی ارائه نمایند.

تبصره ۲۷: صاحبان آگهی گروه یک تا سه می توانند از هر نوع قرارداد (الف، ب و ج) یک قرارداد نقدی در طول سال ۱۳۹۴ منعقد نمایند.

تبصره ۲۸: صاحبان آگهی گروه چهارم می توانند قراردادهای نقدی را بصورت یک ماهه، دو ماهه، سه ماهه، شش ماهه و سالانه منعقد نمایند با رعایت تبصره ۲۹ انجام نمایند.

تبصره ۲۹: در قراردادهای نقدی شروع پخش پس از واریز وجه به حساب شماره ۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰۴۵۶۹ بانک مرکزی و یا شماره شبا ۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰۴۵۶۹ IR بنام سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ارائه و رسید آن و یا ارائه اسناد مالی همزمان با عقد قرارداد حداقل ۱۰ روز قبل از تاریخ پخش امکان پذیر خواهد بود.

ب) صورتحسابی: در صورتیکه صاحبان کالا و خدمات در گروه های دو و سه به دلایل دولتی بودن امکان ارائه چک بر اساس زمان و موعد پخش را به تاریخ آن ندارند با درخواست بالاترین مقام تشخیص و یا معاون اداری و مالی دستگاه مربوطه یا ذیحساب صاحبان کالا و خدمات صورت حساب صادر می گردد و طرف قرارداد موظف است حداکثر به مدت ۱۰ روز پس از صدور صورتحساب مبلغ صورتحساب صادره را به حساب ۴۰۰۴۵۶۹۰۴۰۰۲۹۱۰۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پرداخت نمایند.

ج - غیر نقدی:

مبلغ قرارداد به صورت ماهانه تقسیط و توسط صاحبان آگهی، به حساب شماره ۴۰۰۴۵۶۹۰۴۰۰۲۹۱۰۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰ بانک مرکزی و یا شماره شب ۴۰۰۴۵۶۹۰۴۰۰۲۹۱۰۴۰۰۱۰۲۹۱۰۴۰۰ IR بنام سازمان صدا و سیما ی جمهوری اسلامی ایران واریز خواهد شد. اولین قسط همزمان با شروع قرارداد اخذ و آخرین قسط در گروه سه همزمان با پایان قرارداد و در گروه چهار تا چهارماه پس از پایان قرارداد دریافت و تسویه می شود. صاحبان کالا و خدمات که قرارداد غیر نقدی منعقد و تاریخ اسناد مالی قرارداد مربوطه را به ترتیب ۲ و ۴ ماه از زمان اعلام شده فوق زودتر تنظیم و پرداخت و ارائه نمایند به ترتیب از ۱۰ درصد و ۲۰ درصد اضافه پخش تشویقی علاوه بر امتیازات دیگر استفاده می نمایند.

تبصره ۳۰: درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس محترم شورای اسلامی برای سال ۱۳۹۴ جداگانه دریافت خواهد شد.

ماده ۱۳ - تعدیل:

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

ماده ۱۴ - فسخ قرارداد:

در صورت فسخ قرارداد، با اعلام کتبی صاحب آگهی و تایید اداره کل بازرگانی با توجه به مدت باقیمانده قرارداد، با کسر امتیازات قرارداد متناسب با مبلغ پخش، بر اساس جدول ضوابط طبق ماده (۱۰) اقدام خواهد شد.

ماده ۱۵ - جدول نرخ پایه آگهی در شبکه های رادیویی و تلویزیونی:

جدول ذیل به عنوان تعرفه پایه آگهی برای همه شبکه های رادیویی و تلویزیونی لازم الاجرا می باشد.

(جدول شماره ۱۸) تعرفه قیمت پایه آگهی های تلویزیونی (قبل) (ارقام به هزار ریال)

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۵۹,۵۰۰	۳۱	۴۳,۵۰۰	۲۶	۳۰,۰۰۰	۲۱	۱۹,۰۰۰	۱۶	۱۰,۵۰۰	۱۱	۴,۵۰۰	۶	۱,۰۰۰	۱
۶۳,۰۰۰	۳۲	۴۶,۵۰۰	۲۷	۳۲,۵۰۰	۲۲	۲۱,۰۰۰	۱۷	۱۲,۰۰۰	۱۲	۵,۵۰۰	۷	۱,۵۰۰	۲
۶۶,۶۰۰	۳۳	۴۹,۶۰۰	۲۸	۳۵,۱۰۰	۲۳	۲۳,۱۰۰	۱۸	۱۳,۶۰۰	۱۳	۶,۶۰۰	۸	۲,۱۰۰	۳
۷۰,۳۰۰	۳۴	۵۲,۸۰۰	۲۹	۳۷,۸۰۰	۲۴	۲۵,۳۰۰	۱۹	۱۵,۳۰۰	۱۴	۷,۸۰۰	۹	۲,۸۰۰	۴
۷۴,۱۰۰	۳۵	۵۶,۱۰۰	۳۰	۴۰,۶۰۰	۲۵	۲۷,۶۰۰	۲۰	۱۷,۱۰۰	۱۵	۹,۱۰۰	۱۰	۳,۶۰۰	۵

((جدول شماره ۱۹))

تعرفه قیمت پایه آگهی های رادیویی (قبل) (ارقام به هزار ریال)

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۲۹,۶۵۰	۲۱	۱۸,۶۵۰	۱۶	۱۰,۱۵۰	۱۱	۴,۱۵۰	۶	۶۵۰	۱
۳۲,۱۵۰	۲۲	۲۰,۶۵۰	۱۷	۱۱,۶۵۰	۱۲	۵,۱۵۰	۷	۱,۱۵۰	۲
۳۴,۷۵۰	۲۳	۲۲,۷۵۰	۱۸	۱۳,۲۵۰	۱۳	۶,۲۵۰	۸	۱,۷۵۰	۳
۳۷,۴۵۰	۲۴	۲۴,۹۵۰	۱۹	۱۴,۹۵۰	۱۴	۷,۴۵۰	۹	۲,۴۵۰	۴
۴۰,۲۵۰	۲۵	۲۷,۲۵۰	۲۰	۱۶,۷۵۰	۱۵	۸,۷۵۰	۱۰	۳,۲۵۰	۵

ماده ۱۶- افزایش طبقه هر برنامه:

چنانچه بر اساس عرضه و تقاضا میانگین تقاضای یک بسته آگهی در نیمه اول هر ماه بیش از ۶۰، ۷۵، و یا ۹۰ درصد از حجم آن بسته آگهی باشد بترتیب ۱، ۲ و ۳ طبقه افزایش خواهد یافت. و همچنین چنانچه بترتیب ۳۰ و ۲۰ و ۱۰ درصد حجم را اشغال نماید به ترتیب ۱ و ۲ و ۳ طبقه کاهش داده خواهد شد. تبصره ۳۱: در موارد خاص بنا به تشخیص و تصویب مدیر کل بازرگانی، طبقه لازم تعیین و ابلاغ می‌شود.

ماده ۱۷- جدول ضرایب ماههای سال:

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

جدول شماره ۲۰- درصد افزایش

ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد
فروردین	٪ ۲۰	تیر	٪ ۳۵	مهر	٪ ۳۰	دی	٪ ۴۰
اردیبهشت	٪ ۲۵	مرداد	٪ ۳۰	آبان	٪ ۳۰	بهمن	٪ ۵۰
خرداد	٪ ۳۰	شهریور	٪ ۳۰	آذر	٪ ۳۵	اسفند	٪ ۶۰

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

- الف - تعرفه آگهی‌های خارجی ۲/۵ برابر تعرفه داخلی محاسبه می‌شود.
- ب - کالای خارجی با نام و نشان تجاری (برند) ایرانی و یا کالای ایرانی با نام و نشان تجاری (برند) خارجی با ۲ برابر تعرفه محاسبه خواهد شد.
- ج - کالاهایی که تحت لیسانس شرکتها و گروه‌های خارجی در ایران تولید می‌شوند که امکان تغییر نام آن بر اساس قانون تجارت جهانی امکانپذیر نمی‌باشد با تعرفه ۱/۲ برابر محاسبه می‌شود.
- د- در صورتیکه در یک آگهی دو کالا معرفی شود (با تشخیص اداره کل بازرگانی) تعرفه کالای گرانتر ملاک محاسبه خواهد بود.
- و - آگهی داخلی با نام ایرانی با تعرفه داخلی محاسبه می‌شود.

ماده ۱۹- انواع آگهی:

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

تبصره ۳۲: به منظور ارتقاء کیفی و مهندسی پیام در حوزه های فرهنگی و آموزش در آگهی های تبلیغاتی: ۱- داستان روایی، آگهی هایی که با این هدف و ساختار در یک آگهی و یا چند آگهی ۶۰ ثانیه ای تولید می شوند هر کدام معادل ۴۰ ثانیه محاسبه خواهد شد.

۲- صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی های تبلیغاتی خود احترام به والدین و یا ارتقای سطح سلامت جامعه می پردازند. اگر از داستان روایی نیز استفاده کرده باشد ۱۰ ثانیه کمتر محاسبه خواهد شد در غیر اینصورت مشروط به رعایت ۶۰ ثانیه ۲۰ ثانیه آگهی رایگان به شناسه آگهی تعلق می گیرد.

۳- محیط زیست: صاحبان کالا و خدماتی که در آگهی های تبلیغاتی خود توجه به محیط زیست را تبلیغ نمایند اگر از داستان روایی نیز استفاده نمایند ۵ ثانیه رایگان تعلق می گیرد در غیر اینصورت مشروط به رعایت ۶۰ ثانیه ۱۰ ثانیه آگهی رایگان به شناسه آگهی تعلق می گیرد.

۴- بیمه ها: در صورتیکه هر یک از شناسه آگهی بیمه های اختیاری مانند عمر و را تبلیغ نمایند شناسه آگهی مربوطه از ۱۰ درصد اضافه پخش تشویقی برخوردار خواهد شد.

ب - گزارش آگهی (رپرتاژ): به آگهی هایی که ساختاری مستند داشته و گزارشی از مراحل ساخت و یا تولید و یا ارائه یک خدمت را به تصویر می کشند و در آن نقش آفرینی وجود ندارد گزارش آگهی اطلاق می شود. حداقل زمان گزارش آگهی ۱۲۰ ثانیه می باشد. تشخیص ساختار گزارش آگهی با اداره کل بازرگانی است.

تبصره ۳۳: گزارش آگهی، در یک بسته آگهی منوط به وجود ظرفیت پخش با در نظر گرفتن اولویت برای پخش سایر آگهی ها می باشد.

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

د - دعوت به تماشا: متناسب با زمان هر برنامه حداکثر سه نوبت و برای هر نوبت حداقل ۱۵ ثانیه می باشد که می تواند در یکی از 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 می گردد.

و - نشان آگهی: نمایش نام و نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی، بدون گفتار، همراه آرم و نشان بازرگانی توأم با موسیقی مصوب شده در ۶ ثانیه ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی به تشخیص اداره کل بازرگانی بصورت روزانه از هر یک از شبکه های سیما پخش می شود.

تبصره ۳۴: ارسال سفارش به منزله پخش در ابتدا یا انتهای کلیه بسته آگهی های شبکه تعیین شده می باشد.

ز: آگهی فروش مستقیم کالا :

((جدول شماره ۲۱))

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

- ۱- قیمت آگهی‌ها بر اساس نرخ تیزر محاسبه خواهد شد.
- ۲- اعتبار هر شناسه تنها برای ۳۰ روز می‌باشد.
- ۳- هر شناسه فقط در یک دوره مجوز پخش داشته و در صورت تمایل صاحب آگهی به پخش با زمان کمتر مجاز به اصلاح همان شناسه نبوده و می‌بایست اقدام به تهیه تیزر کوتاه جدید نماید.
- ۴- صاحب آگهی مجاز به استفاده از صدا پیشگان و هنرپیشگان تکراری در شناسه‌های ماهانه خود نمی‌باشد.

ماده ۲۰- 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 تماشا قبل معادل ۲ برابر و بین معادل ۲ برابر قبل و بعد معادل ۸۰ درصد نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می‌شود.
- تبصره ۳۵: برنامه‌های ورزشی مشمول این بند نمی‌باشند. در زمان اعلام طبقه هر برنامه ورزشی اعلام خواهد شد.
- د- زیرنویس: نرخ زیرنویس معادل (قبل) نرخ طبقه همان برنامه.
- ه- بین برنامه: معادل دو برابر نرخ طبقه همان برنامه در تلویزیون و نرخ آگهی بین برنامه رادیویی معادل قبل می‌باشد.
- و- نشان آگهی متناسب با سقف طبقات قرارداد از محل قراردادهای گروه الف، ب، ج معادل ۶۰ درصد نرخ طبقه همان برنامه در روزهای عادی و اعیاد و مناسبت‌های خاص و یک روز قبل از آن معادل ۱۰۰ درصد می‌باشد.
- ز - بعد: نرخ آگهی بعد معادل ۸۰ درصد قبل همان برنامه محاسبه می‌شود. (مشروط بر آنکه قبل از برنامه بعدی نباشد)
- ک- آگهی اعلام هدایای قرعه کشی و برندگان هر دوره با ضریب سه برابر محاسبه خواهد شد.
- تبصره ۳۶: صاحبان کالا و خدماتی که هدایای قرعه کشی خود را از محصولات، کالا و خدمات خود تعیین کنند نرخ آگهی مربوطه مشمول این بند نخواهد بود. در هلدینگها هدایای قرعه کشی فقط مختص کالا و یا خدمات گروه مربوطه می‌باشد.

ماده ۲۱ - موقعیت آگهی در بسته:

((جدول شماره ۲۲))

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

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

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

ج - از هر شناسه آگهی در بسته های آگهی صرفاً یک آگهی پذیرش می شود.

ماده ۲۲ - زمان سفارش آگهی:

الف-ارسال سفارشات بصورت پذیرش بر خط و همزمان (آن لاین) تحت وب تا ساعت ۲۴ دو روز قبل از پخش (بجز ایام تعطیل) توسط شرکت همکار صورت می گیرد.

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

ج - آگهی های رادیویی و شبکه های تلویزیونی دیجیتال خارج از بسته آگهی سفارش پذیرفته نمی شود.
تبصره ۳۷: برای حمایت از کار و سرمایه ایرانی و به منظور ارتقاء سطح رضایتمندی مشتریان، حق فوریت در رادیو و تلویزیون ملغی گردید.

تبصره ۳۸: آگهی های زمان دار مانند نمایشگاهها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردار می شوند.

ماده ۲۳ - حذف و جابجایی آگهی:

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

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

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

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

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

تبصره ۳۹: آگهی هایی که جابجا می شود امکان حذف ندارد.

و- در صورتیکه تغییری در برنامه های شبکه های مختلف داده شود اگر سفارش در طبقه بالاتر پخش شود صورت حساب معادل طبقه سفارش اولیه صادر خواهد شد اگر در طبقات پائین تر پخش شود معادل طبقه

پخش شده صورتحساب صادر خواهد شد و لازم به ذکر است در صورت تغییر ساعت پخش برنامه، آگهی با همان طبقه سفارش داده شده محاسبه می‌شود.
ز- در صورتیکه بجای پخش برنامه‌ای (سریال، فیلم و طنز و...) تکرار برنامه مذکور پخش شود سفارشات بسته‌های قبل، بین و بعد با کاهش ۴۰ درصد نرخ همان طبقه محاسبه می‌شود.

ماده ۲۴ - قطع آگهی:

الف - قطع آگهی با صدور دستور کتبی مدیر کل بازرگانی امکان پذیر می‌باشد. همچنین اعلام مکتوب به صاحب آگهی یا شرکت همکار حسب مورد به جز بند ذیل ضروری است.
ب- در صورتیکه صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود در زمانهای مقرر خودداری نمایند اداره کل بازرگانی مختار است نسبت به عدم پخش آگهی های تبلیغاتی اقدام نماید و نسبت به وصول مطالبات خود با اجراء تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدامات لازم را مبذول نماید.
ج - در صورتیکه قطع آگهی ناشی از بدهی اشخاص باشد پس از وصول مطالبات معوقه پخش مجدد آگهی بلامانع است.

ماده ۲۵ - صورتحساب:

صورتحساب آگهی‌های پخش شده بصورت هفتگی تهیه و به صاحبان آگهی ارائه می‌گردد، درخصوص آن دسته از قراردادهایی که بصورت سه‌جانبه منعقد می‌شود، جهت اطلاع و پیگیری لازم بمنظور وصول بموقع، در اختیار شرکت همکار نیز قرار خواهد گرفت.

