



## فهرست عناوین

ردیف	عنوان	صفحه
۱	فهرست	۱
۲	مقدمه	۳
۳	ضوابط و مقررات رادیویی و تلویزیونی سراسری	۳
۴	صاحب آگهی	۳
۵	شرکت همکار و تعهدات	۴
۶	انواع قراردادها	۵
۷	قرارداد فرهنگی	۵
۸	انواع امتیازهای تشویقی قراردادها	۶
۹	اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده	۸
۱۰	تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور	۸
۱۱	امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی	۸
۱۲	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	۹
۱۳	اضافه پخش بین رسانه‌ای تلویزیون	۹
۱۴	اضافه پخش بودجه سالانه و ماهانه و افزایش بودجه سالانه	۹
۱۵	تسهیلات تشویقی طی سال	۱۵
۱۶	انواع پرداخت قراردادها	۱۵
۱۷	بسته‌های ویژه	۱۷
۱۸	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی	۱۸
۱۹	افزایش طبقه هر برنامه	۱۹
۲۰	جدول ضرایب ماه‌های سال	۱۹
۲۱	ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون	۲۰
۲۲	انواع آگهی	۲۰
۲۳	نرخ انواع آگهی	۲۱
۲۴	موقعیت آگهی در بسته	۲۲
۲۵	زمان سفارش آگهی	۲۳
۲۶	حذف و جابجایی آگهی	۲۳
۲۷	قطع آگهی	۲۳



صفحه	عنوان	ردیف
۲۴	صورت حساب	۲۸
۲۴	ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی های تلویزیونی و رادیویی مراکز استان ها	۲۹
۲۵	جدول ضرایب ماه های سال قرارداد استانی	۳۰
۲۵	جدول تعرفه پایه آگهی های تلویزیونی استانی	۳۱
۲۶	جدول تسهیلات تشویقی تلویزیونی بر مبنای بودجه سالانه	۳۲
۲۷	جدول طبقات برنامه های تلویزیونی شبکه ها	۳۳
۲۷	جدول طبقات برنامه های رادیویی شبکه ها	۳۴
۲۷	تعرفه قراردادهای ثانیه ای پخش آگهی مراکز استان	۳۵
۲۸	جدول تسهیلات تشویقی استانی بومی	۳۶
۲۹	نرخ تعرفه استانی بومی (ثانیه ای)	۳۷
۳۰	جدول ضرایب فصل های سال قرارداد استانی، بومی و بین استانی	۳۸
۳۰	آگهی بین استانی	۳۹
۳۰	آگهی ملی استانی	۴۰
۳۰	انواع پرداخت	۴۱
۳۰	تعدیل و فسخ قرارداد	۴۲
۳۱	کارمزد	۴۳



## مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش آگهی تبلیغات بازرگانی سال ۱۳۹۵ در راستای سیاست‌های اصل ۴۴ و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی بر اساس برآورد ظرفیت‌های پیش‌بینی شده با هدف حمایت حداکثری از کار و سرمایه ایرانی برگرفته از رویکرد زیر، تهیه و تدوین شده است.

- تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های اقتصاد 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 الگوی مصرف و ترویج 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 به‌منظور حضور مستمر برندهای ایرانی که دارای اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد.

اداره کل بازرگانی  
سازمان صدا و سیما



## تعاریف

### ماده ۱- آگهی تبلیغات بازرگانی:

معرفی کالا و خدمات با هدف تجاری که موجب آگاهی، ایجاد علاقه و یا وفاداری در افکار مخاطبین از طریق طراحی، آماده‌سازی، تولید و پخش از طریق شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی می‌شود که نتایج آن موجب معرفی و یا ارتقاء نام و نشان تجاری (برند)، فروش و یا افزایش فروش کالا و خدمات صاحبان آگهی می‌گردد.

### ماده ۲- صاحب آگهی:

به اشخاص حقیقی و یا حقوقی (اعم از بخش دولتی یا خصوصی) گفته می‌شود 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 رادیو و تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌نمایند.

### ۱-۲: گروه صاحبان آگهی:

گروه اول: اپراتورهای تلفن همراه

گروه دوم: بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری و صندوق‌های قرض‌الحسنه

گروه سوم: وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌ها و مؤسسات دولتی و موسسه یا نهاد عمومی غیردولتی

گروه چهارم: به استثنای گروه یک تا سه

\* تبصره ۱: خودروسازها و شرکت‌های بیمه در گروه چهارم محاسبه می‌شوند.

### هدینگ گروه اقتصادی برای گروه چهارم:

- هدینگ‌ها به آن دسته از اشخاص حقوقی صاحبان کالا و خدماتی اطلاق می‌گردد که سهامداران مجموعه گروه‌ها 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 می‌گیرد لیکن از آنجا که بقیه ظرفیت‌های تولیدی هر گروه مانند بخش‌های صنایع دستی و فرش دستبافت، کشاورزی، صنعت و خدمات بر اساس جدول هدفمندی و سایر بندها تعیین می‌گردد مبنای تسهیم جدول بر مبنای سقف بودجه هر گروه خواهد بود.

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

\* تبصره ۲: در صورتی که گروه مذکور در سال‌های بعد از مجموعه هدینگ خارج شوند مبنای محاسبه بودجه ماهانه میزان اعتبار اولیه گروه در سال قبل بوده و ملاک افزایش بودجه سقف گروه هدینگ می‌باشد.

### ماده ۳ - شرکت همکار و تعهدات:

شرکت همکار، به شرکت‌ها 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.

الف- هر شرکت همکار که برای صاحب آگهی درخواست عقد قرارداد می‌نماید، می‌بایست از صاحب آگهی معرفی‌نامه سال ۱۳۹۵ ارائه نماید. (در صورت عدم قید مدت اعتبار از سوی صاحب آگهی، معرفی‌نامه یک ماه معتبر خواهد بود)

ب- 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.

### ماده ۴: تعریف قرارداد و شرایط آن:

قرارداد پخش آگهی تعهدی است کتبی که طبق تعرفه‌های مصوب به صورت دوطرفه که شامل اداره کل بازرگانی و صاحب آگهی و یا به صورت سه‌طرفه شامل اداره کل بازرگانی، صاحب آگهی و شرکت تبلیغاتی تنظیم و پس از امضاء و اخذ مدارک، معتبر و نافذ خواهد بود.



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

**ب-** تمام قراردادهای طبق نمونه‌هایی که از قبل توسط اداره کل امور حقوقی تهیه شده، منعقد و مبادله می‌شود.

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

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

**ه-** امضاء قرارداد می‌بایست از طرف مقام تشخیص و صاحبان امضای مجاز و ذی‌سمت مقامات موضع بند ۱-۲ ضوابط حاضر باشد و برای اشخاص حقوقی عمومی و خصوصی حسب مورد ارائه تصویری از اساسنامه و آخرین روزنامه رسمی که در آن صاحبان امضای مجاز را معرفی نموده باشد الزامی است.

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

**\* تبصره ۳:** تغییر شرکت همکار در قراردادهای سه‌طرفه با ارائه تسویه حساب از شرکت همکار قبلی، حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ اعلام به اداره کل بازرگانی انجام خواهد شد. قبولی پخش از شرکت همکار جدید بلافاصله صورت می‌پذیرد در صورت اعتراض شرکت همکار قبلی اداره کل بازرگانی جهت تعیین تکلیف کارمزد باقی‌مانده و اقدامات اجرایی به‌عنوان حکم و داور مرضی‌الطرفین به مسئله رسیدگی خواهد کرد و نظر اداره کل بازرگانی قطعی و لازم‌الاجرا است.

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

## ماده ۵- انواع قراردادها:

۱-۵- قرارداد نوع الف تلویزیونی و رادیویی: پخش آگهی در همه طبقات امکان‌پذیر است.

۲-۵- قرارداد نوع ب تلویزیونی: طبق جدول شماره ۲۲ تا طبقه ۱۴ امکان‌پذیر است.

۳-۵- قرارداد نوع ج تلویزیونی: طبق جدول شماره ۲۲ فقط تا طبقه ۱۰ امکان‌پذیر است.

۴-۵- قرارداد بسته‌های ویژه: به قراردادهایی گفته می‌شود که پخش آن در اختیار اداره کل بازرگانی خواهد بود.

۵-۵- قرارداد استانی ملی و بومی: پخش آگهی در شبکه‌های استانی بر اساس تعرفه خاص استانی بومی و ملی انجام خواهد شد.

۶-۵- قرارداد مشارکتی: قراردادهایی که به‌موجب آن صاحبان کالا و خدماتی که دارای یکی از قراردادهای فوق‌الذکر باشند و قصد مشارکت حامی مالی برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را داشته باشند با تفاهم شبکه موردنظر منعقد خواهد شد.

**\* تبصره ۵:** در صورت درخواست صاحبان کالا و خدمات برای تجمیع قراردادهای نوع الف، ب، ج در یک قرارداد نوع الف در هنگام عقد قرارداد این امر با موافقت اداره کل بازرگانی امکان‌پذیر می‌باشد. در این صورت قبل از پخش تسهیم آن به نوع ب و ج بلامانع است.

## ۷-۵- قرارداد فرهنگی:

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



### جدول شماره ۱

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

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

- ۲- تشخیص فرهنگی بودن آگهی به عهده اداره کل بازرگانی خواهد بود.
- ۳- میزان ریالی پخش در بسته اول (صبحگاهی) و بسته دوم (عصرگاهی) و بسته سوم (شامگاهی) توزیعی یکنواخت خواهد داشت.
- ۴- نحوه پرداخت مؤسسات و سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت و عام عمومی غیردولتی فقط به صورت نقدی می‌باشد.
- ۵- زمان و شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی بر اساس ظرفیت‌های ارائه شده از سوی اداره کل بازرگانی تعیین و سفارش توسط صاحبان کالا و خدمات و یا شرکت تبلیغات صورت می‌گیرد.
- ۸-۵- **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... می‌باشند.
- 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 می‌باشد.

### جدول شماره ۲

ردیف	محل پخش (زمان پخش)	درصد تخفیف ریالی	درصد اضافه پخش
۱	گروه اول	۹۸	۴۹۰۰
۲	گروه دوم	۹۵	۱۹۰۰

- ۲- کارمزد به این گونه قراردادهای تعلق نمی‌گیرد.
- ۳- نحوه پرداخت مؤسسات و سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت و عام عمومی غیردولتی فقط به صورت نقدی می‌باشد.
- ۴- زمان و شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی بر اساس 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:

عقد قراردادهای جدید پخش برای سال ۱۳۹۵ از تاریخ ۱۳۹۴/۱۲/۰۱ آغاز می‌شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه‌ریزی دقیق در تنظیم و انعقاد قرارداد به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات امتیاز پخش تسریع تعلق خواهد گرفت. ملاک حفظ اضافه پخش تسریع فقط اخذ قرارداد نیست بلکه می‌بایست اسناد مالی آن نیز در تاریخ مقرر طبق جدول گروه‌ها تسلیم امور مالی بازرگانی صدا و سیما شود.



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

### جدول شماره ۳

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
۷۰	از اول اسفندماه تا پانزدهم اسفندماه ۱۳۹۴
۳۰	شانزدهم اسفندماه ۱۳۹۴ تا بیست و هفتم اسفندماه ۱۳۹۴
۱۰	بیست و هشتم اسفندماه ۱۳۹۴ تا پایان فروردین‌ماه ۱۳۹۵

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

### جدول شماره ۴

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
۷۰	از اول اسفندماه تا پانزدهم اسفندماه ۱۳۹۴
۶۰	شانزدهم اسفندماه ۱۳۹۴ تا بیست و هفتم اسفندماه ۱۳۹۴
۱۵	بیست و هشتم اسفندماه ۱۳۹۴ تا پایان فروردین‌ماه ۱۳۹۵

### ب- امتیاز حضور اولین بار:

برای حمایت از کارآفرینی به صاحبان کالاها و خدماتی که برای اولین بار پس از ارائه ثبت آرم تجاری آگهی اقدام به انعقاد قرارداد جهت پخش نمایند منوط به عدم حضور طبق جدول ذیل اضافه پخش تشویقی در طول سال ۱۳۹۵ به هر تعداد که قرارداد منعقد نمایند تعلق می‌گیرد. (به صاحبان کالا و خدماتی که اولین حضور خود در طی سه‌ماهه آخر سال ۱۳۹۴ در رسانه ملی را تجربه می‌نمایند به انتخاب صاحب کالا و خدمات حضور اولین بار و یا افزایش بودجه تعلق می‌گیرد).

### جدول شماره ۵

درصد اضافه پخش رادیویی	درصد اضافه پخش تلویزیونی	شرح
۱۲۰	۷۰	اولین بار یک‌ساله ۱۳۹۴/۰۱/۰۱ تا ۱۳۹۴/۱۲/۲۹
۱۵۰	۹۰	اولین بار سه‌ساله ۱۳۹۲/۰۱/۰۱ تا ۱۳۹۴/۱۲/۲۹
۱۸۰	۱۲۰	اولین بار پنج‌ساله ۱۳۹۰/۰۱/۰۱ تا ۱۳۹۴/۱۲/۲۹

\* **تبصره ۶:** نام و نشان تجاری (برند) ضمن افزایش کیفیت، کمیت باعث رونق اقتصادی و کاهش امر واسطه‌گری و تعادل قیمت در بازار به‌خصوص در نوسانات اقتصادی خواهد شد لذا رسانه ملی در بخش تبلیغات به‌منظور ارتقاء شاخص‌های فوق‌الذکر 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 جدول شماره (۵) درصد اضافه پخش تشویقی 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 اعطاء می‌شود.

**ماده ۷- اضافه پخش تشویقی مالیات بر ارزش افزوده:**

به‌منظور اجرای قانون پرداخت مالیات بر ارزش‌افزوده ۱۰٪ اضافه پخش تشویقی به تمامی صاحبان کالا و خدمات اعطاء می‌شود.

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

۸-۱: به‌منظور حمایت حداکثری از تولیدکنندگان داخلی و نیز ارائه‌دهندگان خدمات و کمک به توسعه اقتصادی کشور اضافه پخش تشویقی علاوه بر سایر امتیازات به شرح زیر اعطاء می‌شود.

جدول شماره ۶

شرح	درصد اضافه پخش تشویقی	ملاک تشخیص
لبنیات مانند: شیر، پنیر، ماست و...	۷۵	تایید سلامت سازمان غذا و دارو
صنایع دستی و فرش دستبافت	۷۵	تایید سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
محصولات دانش بنیان	۸۰	تایید معاونت فناوری ریاست جمهوری
محصولات کشاورزی و دامی تولید داخل (غیرفراوری شده)	۷۵	تایید وزارت جهاد کشاورزی

**ماده ۹- امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی:**

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

جدول شماره ۷

سال‌های حضور	اضافه پخش
یک‌ساله	۲۰
دو‌ساله	۴۰
سه‌ساله	۶۰
چهارساله	۷۵
پنج‌ساله به بالا	۸۵

**\* تبصره ۸:** اضافه پخش حضور مستمر در رادیو یا تلویزیون مشروط به افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۴ خواهد بود.





### ماده ۱۰- تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر:

به جهت 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 نیز ترغیب تولیدکنندگان داخلی به شرح ذیل به گروه‌های دو و سه و چهار پس از ارائه مدارک مثبت مربوطه اضافه پخش اعطاء می‌شود. حداکثر سرجمع تسهیلات مشروحه زیر ۳۰ درصد می‌باشد.

جدول شماره ۸

شرح	درصد اضافه پخش	نوع مدرک یا تاییدیه
ارتقاء شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر	۱۰	سازمان استاندارد
صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ صادرات	۲۰	وزارت صنعت معدن تجارت
صاحبان کالا و خدمات برتر از لحاظ تولید	۱۰	وزارت صنعت معدن تجارت
صاحبان کالا و خدمات از لحاظ ثبت اختراع	۱۰	ثبت شرکت‌ها و مالکیت‌های صنعتی
صاحبان کالا و خدمات از لحاظ دانش بنیان	۳۰	معاونت فناوری ریاست جمهوری
فن آوری جدید از جمله انرژی خورشیدی موتور سیکلت‌ها و خودروهای برقی	۳۰	وزارت صنعت معدن تجارت
صاحبان کالا و خدماتی که کارآفرین برتر طی سال ۱۳۹۳ یا ۱۳۹۴ باشند	۱۰	وزارت رفاه کار و امور اجتماعی

### ماده ۱۱- اضافه پخش بین رسانه‌ای تلویزیون:

صاحبان آگهی که تمایل به عقد قرارداد در رسانه تلویزیون دارند، چنانچه معادل ۵٪ از مبلغ قرارداد تلویزیون را در شبکه‌های استانی منعقد نمایند، به همان میزان اضافه پخش تشویقی در رسانه تلویزیون سراسری به آن‌ها تعلق خواهد گرفت.

\* تبصره ۹: در صورت لغو یا تعدیل قرارداد شبکه استانی، درصد تخفیف اضافه پخش بین رسانه‌ای قرارداد تلویزیونی نیز کسر خواهد شد و بالعکس.

### ماده ۱۲- اضافه پخش بودجه سالانه، ماهانه و افزایش بودجه سالانه به تفکیک گروه‌های صاحبان کالا و خدمات: الف- گروه اول:

(ارقام به میلیون ریال)

جدول شماره ۹

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ تلویزیونی				بودجه سال ۹۵	بودجه سال ۹۴
۵۵۰,۰۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۱,۷۰۰,۰۰۰		
درصد اضافه پخش					
۱۰	۲۷۰	۴۰۰	۷۰۰	۵۰۰,۰۰۰	
۰	۲۴۰	۳۹۰	۶۰۰	۶۵۰,۰۰۰	

میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی	
	درصد اضافه پخش	جمع پخش
۵۵۰,۰۰۰	۱۶۰	۱,۴۳۰,۰۰۰
۱,۲۰۰,۰۰۰	۲۸۰	۴,۵۶۰,۰۰۰
۱,۵۰۰,۰۰۰	۴۵۰	۸,۲۵۰,۰۰۰
۱,۷۰۰,۰۰۰	۸۰۰	۱۵,۳۰۰,۰۰۰



(ارقام به میلیون ریال)

جدول شماره ۱۰

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ رادیویی				بودجه سال ۹۵	بودجه سال ۹۴
۱۵۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰	۹۰,۰۰۰	۵۵,۰۰۰		
درصد اضافه پخش					
۵۲۰	۳۸۰	۸۰	۲۰	۵۰,۰۰۰	
۴۵۰	۱۵۰	۳۰	۰	۷۵,۰۰۰	

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱۳۷,۵۰۰	۱۵۰	۵۵,۰۰۰
۲۶۱,۰۰۰	۱۹۰	۹۰,۰۰۰
۵۲۵,۰۰۰	۲۵۰	۱۵۰,۰۰۰
۹۹۰,۰۰۰	۳۵۰	۲۲۰,۰۰۰

\* تبصره ۱۰: برای بودجه‌های سالانه بالاتر از سقف جدول در تلویزیون به ازای هر ۵۰ میلیارد ریال ۱۰٪ و در رادیو به ازای هر ۵ میلیارد ریال ۲۰٪ اضافه پخش داده خواهد شد.

ب- گروه دوم:

جدول شماره ۱۱ (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۷۰,۰۰۰	۴۰	۵۰,۰۰۰
۱۶۰,۰۰۰	۶۰	۱۰۰,۰۰۰
۳۰۴,۰۰۰	۹۰	۱۶۰,۰۰۰
۵۲۹,۰۰۰	۱۳۰	۲۳۰,۰۰۰
۸۴۰,۰۰۰	۱۸۰	۳۰۰,۰۰۰
۱,۲۹۲,۰۰۰	۲۴۰	۳۸۰,۰۰۰
۱۹۲۰,۰۰۰	۳۰۰	۴۸۰,۰۰۰
۲,۸۲۰,۰۰۰	۳۷۰	۶۰۰,۰۰۰
۴,۱۲۵,۰۰۰	۴۵۰	۷۵۰,۰۰۰
۵,۶۷۰,۰۰۰	۵۳۰	۹۰۰,۰۰۰
۷,۹۲۰,۰۰۰	۶۲۰	۱,۱۰۰,۰۰۰



(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ تلویزیونی											بودجه سال ۹۵
۱,۱۰۰,۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۴۸۰,۰۰۰	۳۸۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰	۲۳۰,۰۰۰	۱۷۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش											بودجه سال ۹۴
.	.	.	.	.	.	.	۴۳۵	۳۴۰	۲۰۰	۳۰	۳۰,۰۰۰
.	.	.	.	.	.	.	۳۶۰	۳۲۰	۱۸۰	.	۵۰,۰۰۰
.	.	.	.	.	.	۴۰۰	۲۶۰	۱۸۰	.	.	۱۰۰,۰۰۰
.	.	.	.	.	۴۱۰	۳۶۰	۱۶۰	۲۰	.	.	۱۵۰,۰۰۰
.	.	.	.	۴۲۰	۳۶۰	۱۸۰	۲۰	.	.	.	۲۰۰,۰۰۰
.	.	.	۴۲۰	۳۶۰	۱۹۰	۳۰	.	.	.	.	۲۵۰,۰۰۰
۶۵۰	۴۸۰	۴۲۰	۱۵۰	۹۰	۳۰	.	.	.	.	.	۳۲۰,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول شماره ۱۲

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ رادیویی					بودجه سال ۹۵	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
۱۰۰,۰۰۰	۷۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰	۲۰,۰۰۰		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش					بودجه سال ۹۴			
.	.	۴۵۰	۳۲۰	۱۹۰	۱۵,۰۰۰	۵۸,۰۰۰	۱۹۰	۲۰,۰۰۰
.	۴۵۰	۲۲۰	۹۰	.	۲۵,۰۰۰	۱۴۰,۰۰۰	۳۰۰	۳۵,۰۰۰
۵۲۰	۲۲۰	۱۵۰	.	.	۳۵,۰۰۰	۲۵۵,۰۰۰	۴۱۰	۵۰,۰۰۰
۵۰۰	۱۳۰	.	.	.	۵۰,۰۰۰	۴۷۲,۵۰۰	۵۳۰	۷۵,۰۰۰
						۸۰۰,۰۰۰	۷۰۰	۱۰۰,۰۰۰

\* تبصره ۱۱: بالاتر از سقف جدول سالانه در تلویزیون به ازای هر ۱۰ میلیارد ریال ۱۰٪ و در رادیو هر ۵ میلیارد ریال، ۲۰٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

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



ج- گروه سوم:

(ارقام به میلیون ریال)

جدول شماره ۱۳

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ تلویزیونی								بودجه سال ۹۵ بودجه سال ۹۴	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی		میزان بودجه ماهانه
۲۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	۸,۰۰۰	۴,۰۰۰		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش											
.	.	.	.	.	۳۰۰	۱۵۰	۹۰	۱,۵۰۰	۵۲۰	۳۰	۴۰۰
.	.	.	.	۲۵۰	۱۵۰	۸۰	.	۴,۰۰۰	۹۸۰	۴۰	۷۰۰
.	.	.	۲۵۰	۱۵۰	۵۰	.	.	۱۰,۰۰۰	۲,۴۰۰	۵۰	۱,۶۰۰
.	.	۲۸۰	۱۹۰	۱۰۰	.	.	.	۱۵,۰۰۰	۵,۶۰۰	۶۰	۳,۵۰۰
.	.	۲۵۰	۱۷۰	۵۰	.	.	.	۲۰,۰۰۰	۱۳,۶۰۰	۷۰	۸,۰۰۰
۴۲۰	۲۷۰	۱۹۰	۷۰	.	.	.	.	۳۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۱۰۰	۱۵,۰۰۰
۳۶۰	۲۵۰	۱۳۰	۲۰	.	.	.	.	۴۰,۰۰۰	۷۵,۰۰۰	۱۵۰	۳۰,۰۰۰
۳۳۰	۲۸۰	۱۰۰	.	.	.	.	.	۵۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰	۲۰۰	۵۰,۰۰۰
۲۰۰	۵۰	.	.	.	.	.	.	۱۰۰,۰۰۰	۳۶۰,۰۰۰	۲۶۰	۱۰۰,۰۰۰
									۶۴۵,۰۰۰	۳۳۰	۱۵۰,۰۰۰
									۱,۰۲۰,۰۰۰	۴۱۰	۲۰۰,۰۰۰

(ارقام به میلیون ریال)

جدول شماره ۱۴

(ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ رادیویی						بودجه سال ۹۵ بودجه سال ۹۴	جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه ماهانه
۳۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۱۴,۰۰۰	۷,۰۰۰	۳,۵۰۰	۱,۵۰۰		جمع پخش	درصد اضافه پخش	
درصد اضافه پخش									
.	.	.	۳۵۰	۲۲۰	۵۰	۱,۰۰۰	۲۱۸	۴۵	۱۵۰
.	.	۳۵۰	۲۵۰	۱۵۰	.	۱,۶۰۰	۵۶۰	۶۰	۳۵۰
.	.	۳۳۰	۲۱۰	۹۰	.	۲,۰۰۰	۱,۲۶۰	۸۰	۷۰۰
.	۴۰۰	۳۲۰	۸۰	.	.	۵,۰۰۰	۲,۴۲۰	۱۲۰	۱,۱۰۰
۴۵۰	۳۶۰	۱۰۰	.	.	.	۸,۰۰۰	۵,۹۸۰	۱۶۰	۲,۳۰۰
۴۲۰	۲۵۰	۸۰	.	.	.	۱۰,۰۰۰	۱۰,۵۰۰	۲۰۰	۳,۵۰۰
							۱۸,۰۰۰	۲۶۰	۵,۰۰۰
							۳۰,۸۰۰	۳۴۰	۷,۰۰۰



د- گروه چهارم:

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

جدول شماره ۱۵

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ تلویزیونی		جدول اضافه پخش بودجه ماهانه تلویزیونی		میزان
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی	جمع پخش	درصد اضافه پخش	بودجه ماهانه
۲۰	۲۰	۴۲۰	۴۰	۳۰۰
۵۰	۴۰	۶۷۲	۶۰	۴۲۰
۱۰۰	۸۰	۱,۱۰۲	۹۰	۵۸۰
۱۵۰	۱۰۰	۲,۲۰۰	۱۲۰	۱,۰۰۰
۲۰۰	۱۵۰	۳,۹۲۰	۱۴۵	۱,۶۰۰
۳۰۰	۲۰۰	۷,۳۹۵	۱۵۵	۲,۹۰۰
۳۵۰	۲۶۰	۱۱,۰۲۴	۱۶۵	۴,۱۶۰
۴۰۰	۳۲۰	۱۸,۴۸۰	۱۸۰	۶,۶۰۰
۵۰۰	۴۰۰	۳۱,۰۰۰	۲۱۰	۱۰,۰۰۰
		۴۶,۰۲۰	۲۲۵	۱۴,۱۶۰
		۷۲,۰۰۰	۲۶۰	۲۰,۰۰۰
		۱۰۴,۰۰۰	۳۰۰	۲۶,۰۰۰
		۱۴۵,۲۰۰	۳۴۰	۳۳,۰۰۰
		۲۵۰,۰۰۰	۴۰۰	۵۰,۰۰۰
		۴۰۱,۵۰۰	۴۵۰	۷۳,۰۰۰
		۶۰۰,۰۰۰	۵۰۰	۱۰۰,۰۰۰



### جدول شماره ۱۶

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۴ رادیویی		جدول اضافه پخش بودجه ماهانه رادیویی		میزان
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی	جمع پخش	درصد اضافه پخش	بودجه ماهانه
۲۰	۴۰	۲۷۰	۸۰	۱۵۰
۴۰	۸۰	۴۲۰	۱۰۰	۲۱۰
۸۰	۱۲۰	۸۰۵	۱۳۰	۳۵۰
۱۰۰	۲۰۰	۱,۴۲۵	۱۵۰	۵۷۰
۱۵۰	۳۰۰	۲,۷۸۲	۱۶۵	۱,۰۵۰
۲۰۰	۴۰۰	۴,۰۵۰	۱۷۰	۱,۵۰۰
۲۶۰	۵۲۰	۷,۰۵۰	۲۰۰	۲,۳۵۰
۳۲۰	۶۰۰	۱۲,۶۰۰	۲۵۰	۳,۶۰۰
۴۰۰	۷۰۰	۲۰,۰۰۰	۳۰۰	۵,۰۰۰
		۳۶,۰۰۰	۴۰۰	۷,۲۰۰
		۵۴,۰۰۰	۵۰۰	۹,۰۰۰
		۷۴,۷۵۰	۵۵۰	۱۱,۵۰۰
		۱۲۲,۴۰۰	۵۸۰	۱۸,۰۰۰
		۱۷۴,۳۷۵	۶۵۰	۲۳,۲۵۰

\* **تبصره ۱۳:** برای بودجه‌های بالاتر از سقف جدول ماهانه در گروه‌های سوم و چهارم در تلویزیون به ازای هر ۴ میلیارد ریال ۱۰٪ و در رادیو هر دو میلیارد ریال ۲۰٪ اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

\* **تبصره ۱۴:** در صورتی که افزایش بودجه سالانه هر یک از صاحبان کالا و خدمات نسبت به سال قبل رشد بیش از طبقه پیش‌بینی شده در جدول داشته باشند به ازای افزایش هر طبقه اعلام شده در گروه ۴ به ازای هر ۸۰ درصد افزایش بودجه ۱۰٪ اضافه پخش تشویقی به طبقه ماقبل اضافه خواهد شد.

\* **تبصره ۱۵:** صاحبان کالا و خدماتی که از هرگونه اضافه پخش تشویقی، افزایش بودجه ماهانه و سالانه و... استفاده می‌نمایند، در صورت عدم پخش کامل تمامی قراردادهای به نسبت پخش هر قرارداد تعدیلات لازم صورت می‌پذیرد.

\* **تبصره ۱۶:** به قراردادهای مستقل نوع ب تلویزیونی در تمامی گروه‌ها به‌عنوان تشویق ۱۰٪ اضافه پخش علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد.

\* **تبصره ۱۷:** به قراردادهای مستقل نوع ج تلویزیونی در تمامی گروه‌ها به‌عنوان تشویق ۲۰٪ اضافه پخش علاوه بر سایر امتیازات اعطاء خواهد شد.



### ماده ۱۳- تسهیلات تشویقی طی سال:

به صاحبان کالا و خدمات که قراردادهای خود را منعقد نموده‌اند مشروط بر آنکه مشمول جدول افزایش بودجه شده باشند و یا اولین حضور در صدا و سیما را تجربه می‌نمایند با در نظر گرفتن بودجه ماهانه مندرج در قراردادهای منعقد شده سال ۱۳۹۵ در صورت پخش آگهی در رادیو و تلویزیون، به شرح ذیل مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی با حفظ اضافه پخش‌های هر قرارداد در همان ماه یا حداکثر تا پایان ماه بعد اعطاء خواهد شد.

جدول شماره ۱۷

درصد پخش تشویقی		درصد پخش بودجه ماهانه
غیر نقدی	نقدی	
۱۰	۵۰	۱۰۰
۲۰	۱۰۰	۱۵۰
۵۰	۱۵۰	۲۰۰ و بیشتر

\* تبصره ۱۸: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد پخش خواهد شد.

\* تبصره ۱۹: چنانچه پخش اصلی با یک شرکت تبلیغاتی باشد پخش تشویقی اعطایی با همان شرکت تبلیغاتی می‌بایستی انجام شود (در صورت اعلام عدم طلب کارمزد توسط شرکت تبلیغاتی تسهیم رایگان بلامانع می‌باشد)

\* تبصره ۲۰: این طرح مشمول قراردادهای خاص فرهنگی و آموزشی نخواهد شد.

\* تبصره ۲۱: صاحبان کالا و خدمات بایستی به تمامی تعهدات مالی قرارداد قبل اجرای تسهیلات تشویقی عمل نمایند.

### ماده ۱۴- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

جدول شماره ۱۸

جدول پرداخت گروه یک تا سه		
درصد اضافه پخش	درصد پرداخت	نحوه پرداخت
۱۰۰	۱۰۰	نقدی
۴۰	۸۰	
۲۰	۶۰	
۱۵	۵۰	



### جدول شماره ۱۹

جدول پرداخت گروه چهارم	
درصد اضافه پخش	نحوه پرداخت
۱۲۰	نقدی ۳ ماهه و بالاتر
۷۰	نقدی
۵۰	ضمانت نامه ای

\* **تبصره ۲۲:** در گروه ۴ قراردادهایی که سه ماهه و بیشتر منعقد گردد و هم‌زمان با شروع قرارداد و یا قبل از پخش، وجه کل قرارداد را پرداخت نمایند ۱۲۰٪ اضافه پخش تعلق می‌گیرد.

\* **تبصره ۲۳:** صاحبان آگهی که شروع قرارداد آن‌ها فروردین‌ماه ۱۳۹۵ است (همه گروه‌ها) حداکثر تا مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۲۵ وجه قرارداد نقدی خود را می‌بایست به‌صورت کامل پرداخت نمایند، ملاک امکان پخش تایید پرداخت وجوه از سوی امور مالی بازرگانی صدا و سیما می‌باشد.

\* **تبصره ۲۴:** در قراردادهای نقدی (همه گروه‌ها) شروع پخش، پس از واریز وجه به حساب مندرج در قرارداد ارائه و رسید آن و یا ارائه اسناد مالی هم‌زمان با عقد قرارداد حداقل ۱۰ روز قبل از تاریخ پخش امکان‌پذیر خواهد بود.

\* **تبصره ۲۵:** صاحبان آگهی که تمایل به پرداخت وجه به‌صورت ضمانت‌نامه بانکی دارند، می‌توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی ارائه نمایند.

\* **تبصره ۲۶:** صاحبان آگهی گروه یک تا سه می‌توانند و یا از هر نوع قرارداد (الف، ب و ج) یک قرارداد نقدی در طول سال ۱۳۹۵ منعقد نمایند.

\* **تبصره ۲۷:** صاحبان آگهی گروه چهار می‌توانند قراردادهای نقدی را به‌صورت یک‌ماهه، دو‌ماهه، سه‌ماهه، شش‌ماهه و سالانه منعقد نمایند با رعایت تبصره ۲۲ انجام نمایند. (قراردادهایی که شروع پخش آن‌ها از تاریخ ۱۳۹۵/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت‌ه مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۴ شروع نمایند).

**ب) صورت حسابی:** در صورتی که صاحبان کالا و خدمات در گروه‌های 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 صورت‌حساب صادر می‌گردد و طرف قرارداد موظف است حداکثر به مدت ۱۰ روز پس از صدور صورت‌حساب مبلغ صورت‌حساب صادره را به حساب ذکر شده در قرارداد پرداخت نمایند.

\* **تبصره ۲۸:** صاحبان کالا و خدمات گروه چهار در صورت ارائه ضمانت‌نامه بانکی، با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما امکان پرداخت قراردادها (به‌صورت صورت‌حسابی)، ظرف مدت ۱۰ روز پس از صدور مبلغ صورت‌حساب صادره به‌حساب مندرج در قرارداد را دارند.

**ج) غیر نقدی:** مبلغ قرارداد به‌صورت 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 در گروه یک و دو و سه هم‌زمان با پایان قرارداد و در گروه چهار تا چهار ماه پس از پایان قرارداد دریافت و تسویه می‌شود. صاحبان کالا و خدمات گروه ۴ که قرارداد غیر نقدی منعقد و تاریخ اسناد مالی قرارداد مربوطه را به ترتیب ۲ و ۴ ماه از زمان اعلام‌شده فوق زودتر تنظیم و پرداخت و ارائه نمایند به ترتیب از ۵٪ و ۱۰٪ اضافه پخش تشویقی علاوه بر امتیازات دیگر استفاده می‌نمایند.

\* **تبصره ۲۹:** درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس محترم شورای اسلامی برای سال ۱۳۹۵ جداگانه دریافت خواهد





شد. (مبلغ مالیات بر ارزش افزوده جدا از مبلغ قرارداد دریافت خواهد شد و در جدول محاسبات بودجه قرار نمی گیرد.)

### ماده ۱۵ بسته‌های ویژه:

بسته الف: گروه یک، دو، سه و چهار  
پخش یازده هزار آگهی ۳۰ ثانیه قبل از برنامه‌ها به شکل ذیل در طول یک سال:

جدول شماره ۲۰

درصد	نوع آگهی
۷۰٪	آگهی مستقیم
۱۰٪	زیرنویس
۷٪	آرم آگهی
۲٪	تقدیم برنامه
۸٪	رادیو
۳٪	مشارکت

ضرایب، مکان پخش نوع آگهی و ملیت در این نوع از قراردادها بر روی مدت زمان آگهی اعمال خواهد شد.

(میزان محاسبه زمان تقدیم برنامه نشان آگهی و زیرنویس و همچنین آگهی‌های مستقیم در طول ماه می بایست یک دوازدهم تعداد کل پخش آگهی بسته ویژه باشد و همچنین صاحب آگهی مجاز است سهم آگهی ماه خود را به ماه قبل منتقل کند ولی بالعکس آن امکان پذیر نخواهد بود.)

### شرایط:

- ۱- توضیح اینکه جمع کل پخش آگهی‌های ششگانه از ۳۳۰ هزار ثانیه تجاوز نخواهد کرد.
- ۲- نسبت پخش در شبکه‌ها به صورت ۵۰ درصد در زمان شبانه‌گاهی از ساعت ۱۹/۰۱ تا آخرین پخش شامگاهی، ۲۵ درصد عصرگاهی از ساعت ۱۲/۰۱ تا ساعت ۱۹ و ۲۵ درصد صبحگاهی از ساعت ۵ صبح تا ۱۲ ظهر خواهد بود.
- ۳- ۳۰ درصد پخش در شبکه یک، ۵ درصد شبکه دو، ۲۵ درصد شبکه سه، ۱۰ درصد شبکه پنج و ۱۵ درصد شبکه خبر و ۵ درصد در شبکه‌های ifilm و چهار، ۵ درصد شبکه‌های برون مرزی و ۵ درصد شبکه نسیم خواهد بود.
- ۴- تخصیص تعداد ده بسته الف برای گروه صاحبان آگهی شامل: گروه یک فقط یک صاحب آگهی گروه ۲ سه صاحب آگهی و گروه ۳ دو صاحب آگهی و گروه ۴، چهار صاحب آگهی
- ۵- قیمت بسته الف ۵۵۰ میلیارد ریال و به صورت غیر نقدی پرداخت شود.

بسته ب: گروه یک، دو، سه و چهار  
پخش ده هزار آگهی ۳۰ ثانیه قبل از برنامه‌ها به شکل ذیل در طول یک سال:



### جدول شماره ۲۱

درصد	نوع آگهی
۷۰٪	آگهی مستقیم
۱۰٪	زیرنویس
۱۰٪	آرم آگهی
۱۰٪	تقدیم برنامه

میزان محاسبه زمان تقدیم برنامه نشان آگهی و زیرنویس و همچنین آگهی‌های مستقیم در طول ماه می‌بایست یک دوازدهم تعداد کل پخش آگهی بسته ویژه باشد و همچنین صاحب آگهی مجاز است سهم آگهی ماه خود را به ماه قبل منتقل کند ولی بالعکس آن امکان‌پذیر نخواهد بود.

#### شرایط:

- ۱- توضیح اینکه جمع کل پخش آگهی‌های چهارگانه از ۳۰۰ هزار ثانیه تجاوز نخواهد کرد.
- ۲- نسبت پخش در شبکه‌ها به صورت ۵۰ درصد در زمان شبانه‌گاهی از ساعت ۱۹/۰۱ تا آخرین پخش شامگاهی، ۲۵ درصد عصرگاهی از ساعت ۱۲/۰۱ تا ساعت ۱۹ و ۲۵ درصد صبحگاهی از ساعت ۵ صبح تا ۱۲ ظهر خواهد بود.
- ۳- پخش آگهی‌ها در اختیار اداره کل بازرگانی و در باکس‌های مناسب توزیع می‌شود.
- ۴- ۳۰ درصد پخش در شبکه یک، ۵ درصد شبکه دو، ۲۵ درصد شبکه سه، ۱۰ درصد شبکه پنج و ۱۵ درصد شبکه خبر و ۵ درصد در شبکه‌های ifilm و چهار، ۵ درصد شبکه‌های برون مرزی و ۵ درصد شبکه نسیم خواهد بود.
- ۵- تخصیص تعداد ده بسته الف برای گروه صاحبان آگهی شامل: گروه یک فقط یک صاحب آگهی گروه ۲ سه صاحب آگهی و گروه ۳ دو صاحب آگهی و گروه ۴، چهار صاحب آگهی
- ۶- قیمت بسته ب ۶۰۰ میلیارد ریال و به صورت نقدی پرداخت شود.

### ماده ۱۶- جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی:

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

### جدول شماره ۲۲

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۳۸,۵۰۰	۳۱	۲۷,۳۰۰	۲۶	۱۸,۸۰۰	۲۱	۱۲,۰۰۰	۱۶	۶,۸۰۰	۱۱	۳,۲۰۰	۶	۳۵۰	۱
۴۱,۰۰۰	۳۲	۳۰,۰۰۰	۲۷	۲۰,۵۰۰	۲۲	۱۳,۳۰۰	۱۷	۷,۷۰۰	۱۲	۳,۸۰۰	۷	۶۰۰	۲
۴۳,۵۰۰	۳۳	۳۱,۴۰۰	۲۸	۲۲,۱۰۰	۲۳	۱۴,۵۰۰	۱۸	۸,۶۰۰	۱۳	۴,۵۰۰	۸	۱,۰۰۰	۳
۴۶,۳۰۰	۳۴	۳۳,۵۰۰	۲۹	۲۳,۵۰۰	۲۴	۱۵,۹۰۰	۱۹	۹,۸۰۰	۱۴	۵,۲۰۰	۹	۱,۵۰۰	۴
۴۹,۱۰۰	۳۵	۳۵,۸۰۰	۳۰	۲۵,۵۰۰	۲۵	۱۷,۶۰۰	۲۰	۱۰,۹۰۰	۱۵	۶,۰۰۰	۱۰	۲,۲۰۰	۵

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



جدول شماره ۲۳

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۱۶,۶۵۰	۲۱	۹,۹۵۰	۱۶	۵,۳۰۰	۱۱	۲,۳۰۰	۶	۲۵۰	۱
۱۸,۲۰۰	۲۲	۱۱,۰۰۰	۱۷	۶,۱۰۰	۱۲	۲,۸۰۰	۷	۵۵۰	۲
۲۰,۰۰۰	۲۳	۱۲,۳۵۰	۱۸	۶,۹۵۰	۱۳	۳,۳۵۰	۸	۸۵۰	۳
۲۲,۰۰۰	۲۴	۱۳,۷۵۰	۱۹	۷,۸۰۰	۱۴	۳,۹۵۰	۹	۱,۲۰۰	۴
۲۴,۲۰۰	۲۵	۱۵,۲۰۰	۲۰	۸,۸۵۰	۱۵	۴,۶۰۰	۱۰	۱,۸۶۰	۵

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

#### ماده ۱۷- افزایش طبقه هر برنامه:

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

\* تبصره ۳۰: در موارد خاص بنا به تشخیص و تصویب مدیر کل بازرگانی صدا و سیما، طبقه لازم تعیین و ابلاغ می‌شود.

#### ماده ۱۸- جدول ضرایب ماه‌های سال:

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

جدول شماره ۲۴

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	۳۵٪	شهریور	۳۵٪	آذر	۳۵٪	اسفند	۶۰٪



## ماده ۱۹- ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون:

### جدول شماره ۲۵

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

\* **تبصره ۳۱:** در صورتی که در یک آگهی دو یا چند کالا معرفی شود ضریب پایه، کالای با تعرفه بالاتر خواهد بود (با تشخیص اداره کل بازرگانی صدا و سیما) و به ازای هر کالا ۵۰ درصد به ضریب کالای پایه اضافه می شود.

\* **تبصره ۳۲:** کالاهای خارجی با نام و نشان تجاری (برند) ایرانی در صورت تولید یا فرآوری و بسته بندی در ایران مشمول بند ۳ جدول شماره ۲۵ ماده ۱۹ خواهند بود.

### ماده ۲۰- انواع آگهی:

**الف- مستقیم (تیزر):** آگهی کوتاه تبلیغاتی که ویژگیهای جذاب کالا و خدماتی را به نمایش می گذارد در تلویزیون ۱۰ ثانیه و در رادیو نیز ۱۰ ثانیه تعیین می شود و کمتر از آن نیز در تلویزیون همان ۱۰ ثانیه و رادیو ۱۰ ثانیه محاسبه می گردد (به استثناء نشان آگهی).  
**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 سازمان صدا و سیما 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 موقعیت های قبل، ادامه و انتهای برنامه و یا هر سه موقعیت پخش شود.

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

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

\* **تبصره 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 ۲۶

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

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 صدایشگان و هنرپیشگان تکراری در شناسه‌های ماهانه خود نمی‌باشد.
۵. این نوع آگهی‌ها صرفاً با انعقاد قرارداد ۱۰۰٪ نقدی قابل پخش خواهند بود.

**ماده ۲۱- نرخ انواع آگهی:**

- الف- گزارش آگهی: معادل ۷۰٪ نرخ طبقه همان برنامه.
- ب- حک آرم: معادل ۲۵٪ نرخ طبقه همان برنامه
- ج- دعوت به تماشا: نرخ دعوت به تماشا قبل معادل ۲ برابر و بین معادل ۲ برابر قبل و بعد معادل ۸۰٪ نرخ طبقه همان برنامه محاسبه می‌شود.

\* **تبصره 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 ۱۰۰٪ نرخ طبقه همان برنامه در روزهای عادی و اعیاد و مناسبت‌های خاص و یک روز قبل از آن و نیز شبکه یک و سه در تمامی ایام سال معادل ۲ برابر می‌باشد.
- ز- بعد: نرخ آگهی بعد معادل ۸۰٪ قبل 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 ۲۷

ضرایب	هدایای قرعه کشی	نوع کالا	ردیف
۱	محصولات کالا و خدمات خود شرکت	ایرانی (داخلی)	۱
۱	ریال و مسکوکات و طلا	ایرانی (داخلی)	۲
۱/۱	کالای ایرانی غیر محصول خود صاحب آگهی	ایرانی (داخلی)	۳
۱/۲	کالای ایرانی تحت لیسانس	ایرانی (داخلی)	۴
۳	کالای خارجی	ایرانی (داخلی)	۵
۱/۲	محصولات و کالا و خدمات خود شرکت	تحت لیسانس	۶
۱/۲	ریال و مسکوکات طلا	تحت لیسانس	۷
۱/۳	کالای غیر محصول خود صاحب آگهی	تحت لیسانس	۸
۱/۲	کالای ایرانی	تحت لیسانس	۹
۳	کالای خارجی	تحت لیسانس	۱۰

**\* 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 می باشد. در صورتی که هدایای قرعه کشی خودرو باشد به شرح جدول ذیل خواهد بود:

### جدول شماره ۲۸

ضرایب	هدایای قرعه کشی	ردیف
۱/۲	خودرو ایرانی	۱
۱/۸	خودرو تحت لیسانس	۲
۳	خودرو خارجی	۳

در صورتی که هدایای قرعه کشی هواپیما و یا سفرهای خارجی باشد با ضریب ۳ محاسبه خواهد شد.

### ماده ۲۲- موقعیت آگهی در بسته:

### جدول شماره ۲۹

موقعیت آگهی در بسته	اولین	دومین	سومین	چهارمین	سه تا مانده به آخر	دو تا مانده به آخر	ما قبل آخر	آخرین
درصد افزایش	۲۵	۲۰	۱۵	۱۰	۱۰	۱۵	۲۰	۲۵



- الف- در برنامه‌های ورزشی درصد افزایش موقعیت آگهی با توجه به زمان پخش توسط اداره کل بازرگانی صدا و سیما تعیین می‌شود.
- ب- در صورت تراکم آگهی در بسته‌ها از هر صاحب آگهی یک آگهی پذیرش می‌شود.
- ج- از هر شناسه آگهی در صورت تکمیل بودن ظرفیت در بسته‌های آگهی صرفاً یک آگهی پذیرش می‌شود.

### ماده ۲۳ - زمان سفارش آگهی:

- الف- ارسال 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 صورت می‌گیرد.
  - ب- بسته‌های آگهی جدیدی که به واسطه مسابقات ورزشی و برنامه‌های ویژه که جداگانه اعلام می‌شود از ضابطه فوق مستثنا می‌باشد.
  - ج- آگهی‌های رادیویی و شبکه‌های تلویزیونی دیجیتال خارج از بسته آگهی سفارش پذیرفته نمی‌شود.
- \* 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: آگهی‌های زمان دار مانند نمایشگاه‌ها و فروش اوراق مشارکت و اوراق قرضه از اولویت پذیرش و پخش در یک بسته آگهی برخوردار می‌شوند. (در شرایط مساوی)

### ماده ۲۴ - حذف و جابجایی آگهی:

- 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٪ جریمه می‌شود.
  - ج- حذف آگهی تا ۲ روز کاری قبل از پخش مشمول ۱۵٪ جریمه می‌شود.
  - د- حذف آگهی تا یک روز کاری قبل از پخش امکان‌پذیر نمی‌باشد. در موارد خاص با تایید مدیر کل بازرگانی و با ۳۰٪ جریمه انجام می‌شود.
  - ه- جابجایی آگهی فقط تا ۴۸ ساعت قبل از پخش امکان‌پذیر می‌باشد. (روزهای پنجشنبه تا ساعت ۱۲ ظهر اقدام می‌شود)
- \* تبصره ۳۹: آگهی‌هایی که جابجا می‌شود امکان حذف ندارد.

- و- در صورتی که تغییری در برنامه‌های شبکه‌های مختلف داده شود اگر سفارش در طبقه بالاتر پخش شود صورتحساب معادل طبقه سفارش اولیه صادر خواهد شد اگر در طبقات پایین‌تر پخش شود معادل طبقه پخش شده صورتحساب صادر خواهد شد و لازم به ذکر است در صورت تغییر ساعت پخش برنامه، آگهی با همان طبقه سفارش داده شده محاسبه می‌شود.
- ز- در صورتی که به جای پخش برنامه‌ای (سریال، فیلم و طنز و...) تکرار برنامه مذکور پخش شود سفارشات بسته‌های قبل، بین و بعد با کاهش ۴۰٪ نرخ همان طبقه محاسبه می‌شود.

### ماده ۲۵ - قطع آگهی:

- الف- قطع آگهی با صدور دستور کتبی مدیر کل بازرگانی صدا و سیما امکان‌پذیر می‌باشد. همچنین اعلام مکتوب به صاحب آگهی یا شرکت همکار حسب مورد به جز بند ذیل ضروری است. با توجه به حساسیت ویژه رسانه ملی در داخل و خارج از کشور، قطع آگهی در هر زمان از اختیارات مطلق اداره کل بازرگانی بوده و صاحب آگهی و شرکت همکار با آگاهی از این موضوع حق هرگونه ادعا و اعتراض بعدی را در این خصوص از خود سلب و ساقط نموده‌اند.
- ب- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات از انجام تعهدات خود در زمان‌های مقرر خودداری نمایند، اداره کل بازرگانی مختار است نسبت به عدم پخش آگهی‌های تبلیغاتی اقدام نماید و نسبت به وصول مطالبات خود با اجرای تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدامات لازم را مبذول نماید.
- ج- در صورتی که قطع آگهی ناشی از بدهی اشخاص باشد پس از وصول مطالبات معوقه پخش مجدد آگهی بلامانع است.
- د- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات ممنوعیت پخش حقوقی و یا قانونی داشته باشند، اداره کل بازرگانی نسبت به آن تصمیم‌گیری خواهد نمود.



## ماده ۲۶- صورت حساب:

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

## ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌های تلویزیونی و رادیویی مراکز استان‌ها

### ماده ۲۷- تعرفه استانی:

- ۱-۲۷: بر اساس تقسیم‌بندی، مراکز استان‌ها به چهار منطقه و یک منطقه ویژه به شرح زیر تقسیم می‌شوند:  
منطقه (یک): خراسان رضوی، اصفهان، آذربایجان شرقی، فارس، مازندران، گیلان، اردبیل، خوزستان (هشت استان)  
منطقه (دو): یزد، البرز، هرمزگان، مرکزی، کرمان، قم، گلستان، آذربایجان غربی، کرمانشاه (نه استان)  
منطقه (سه): سمنان، لرستان، همدان، بوشهر، زنجان، قزوین، سیستان و بلوچستان (هفت استان)  
منطقه (چهار): چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد، خراسان جنوبی، کردستان، خراسان شمالی، ایلام (شش استان)  
منطقه ویژه: آبادان، کیش، مهاباد (سه استان)
- ۲-۲۷: نرخ باکس بین برنامه معادل دو برابر نرخ طبقه همان برنامه در تلویزیون و نرخ آگهی بین برنامه رادیویی معادل قبل می‌باشد.
- ۳-۲۷: حداقل زمان آگهی استانی در تلویزیون ۱۰ ثانیه و در رادیو نیز ۱۰ ثانیه تعیین می‌شود و کمتر از آن نیز در تلویزیون همان ۱۰ ثانیه و رادیو ۱۰ ثانیه محاسبه می‌گردد (به استثناء نشان آگهی).
- ۴-۲۷: حداقل زمان زیرنویس ۱۵ ثانیه است و کمتر از آن نیز همان ۱۵ ثانیه محاسبه و بیشتر از آن معادل زمان زیرنویس مربوطه ۱/۲ برابر نرخ طبقه قبل همان برنامه محاسبه می‌شود.
- ۵-۲۷: نرخ دعوت به تماشا (تقدیم برنامه) معادل چهار برابر نرخ طبقه همان برنامه می‌باشد.
- ۶-۲۷: نشان آگهی: نمایش نام و نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی، بدون گفتار، همراه آرم و نشان بازرگانی توأم با موسیقی مصوب شده که در ۶ ثانیه، در ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی به تشخیص اداره کل بازرگانی به صورت روزانه از هریک از شبکه‌های استانی سیما پخش می‌شود، محاسبه خواهد شد.
- ۷-۲۷: حک آرم: معادل ۲۵٪ نرخ پایه آگهی تلویزیونی ملی محاسبه می‌شود.
- ۸-۲۷: گزارش آگهی: معادل ۷۰٪ نرخ پایه آگهی تلویزیونی و رادیویی ملی محاسبه می‌شود.
- ۹-۲۷: بعد برنامه: معادل ۸۰٪ نرخ پایه آگهی تلویزیونی و رادیویی ملی محاسبه می‌شود.

با توجه به اینکه برنامه‌های صدا و سیما در ماه‌ها و فصل‌های سال متفاوت می‌باشد بر اساس حجم آگهی و میزان عرضه و تقاضای بازار، افزایش و کاهش جدید در شرایط مقتضی اعلام خواهد شد.

### ماده ۲۸- تخفیفات و تسهیلات قراردادهای عادی استانی:

تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و نمایندگی کالاهای تولیدی: باهدف کاهش مصرف انرژی و ترغیب تولیدکنندگان داخلی به ارتقاء شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر و همچنین صاحبان کالا و نمایندگی کالاهای تولیدی از لحاظ صادرات، تولید و اختراع و فن آوری جدید با ارائه مدارک مربوطه به قراردادهای پخش آگهی در تلویزیون ۸۰۰ درصد و در رادیو ۹۰۰ درصد اضافه پخش علاوه بر سایر امتیازات داده خواهد شد.

### ماده ۲۹- اضافه پخش‌های تسریع استانی:

قراردادهایی که تا پایان اسفندماه ۹۴ منعقد گردد در تلویزیون شامل ۵۰٪ و در رادیو شامل ۶۰٪ تخفیف تسریع به صورت اضافه پخش می‌شود. توضیح: تخفیف اضافه پخش تسریع علاوه بر تخفیفات متعلقه دیگر می‌باشد.





ماده ۳۰- جدول ضرایب ماه‌های سال قرارداد استانی:

جدول شماره ۳۰

ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد	ماه	درصد
فروردین	٪۰	تیر	٪۱۰	مهر	٪۲۵	دی	٪۴۰
اردیبهشت	٪۰	مرداد	٪۱۰	آبان	٪۳۰	بهمن	٪۴۵
خرداد	٪۱۰	شهریور	٪۲۰	آذر	٪۳۵	اسفند	٪۶۰

ماده ۳۱- جدول تعرفه پایه آگهی‌های تلویزیونی استانی:

جدول شماره ۳۱

هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه	هر ثانیه	طبقه
۲,۱۰۰,۰۰۰	۲۱	۱,۶۰۰,۰۰۰	۱۶	۱,۱۰۰,۰۰۰	۱۱	۴۰۰,۰۰۰	۶	۳۰,۰۰۰	۱
۲,۲۰۰,۰۰۰	۲۲	۱,۷۰۰,۰۰۰	۱۷	۱,۲۰۰,۰۰۰	۱۲	۶۰۰,۰۰۰	۷	۶۰,۰۰۰	۲
۲,۳۰۰,۰۰۰	۲۳	۱,۸۰۰,۰۰۰	۱۸	۱,۳۰۰,۰۰۰	۱۳	۸۰۰,۰۰۰	۸	۱۰۰,۰۰۰	۳
۲,۴۰۰,۰۰۰	۲۴	۱,۹۰۰,۰۰۰	۱۹	۱,۴۰۰,۰۰۰	۱۴	۹۰۰,۰۰۰	۹	۱۵۰,۰۰۰	۴
۲,۵۰۰,۰۰۰	۲۵	۲,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۱۵	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۰	۲۰۰,۰۰۰	۵
۲,۶۰۰,۰۰۰	۲۶								

تعرفه پایه آگهی‌های رادیویی استانی، معادل یک‌سوم جدول تلویزیونی استانی (فوق) می‌باشد.



### ماده ۳۲- جدول تسهیلات تشویقی تلویزیون بر مبنای بودجه سالانه (ریال)

جدول شماره ۳۲

جمع پخش	درصد تخفیف اضافه پخش	بودجه سالانه (تلویزیون)
۹۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۶,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳۷,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰۰	۷,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۷۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳۲۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۸۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۱,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۹۰۰	۷۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۱۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۳۰۰	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۵,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

\* تبصره ۴۰: برای بودجه سالانه رادیویی استان‌ها معادل ده درصد بودجه سالانه تلویزیون منظور خواهد شد.



جدول طبقات برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌ها:

جدول شماره ۳۳

منطقه ویژه	منطقه چهار	منطقه سه	منطقه دو	منطقه یک	عنوان برنامه
۵	۷	۱۲	۱۷	۲۲	قبل از برنامه ورزشی و کودک
۴	۶	۱۱	۱۶	۲۰	قبل از خبر استانی (از ساعت ۶ الی ۱۹ و بعد از ۲۳)
۴	۶	۱۱	۱۶	۲۰	قبل از تکرار سریال و سینمایی استان
۵	۷	۱۲	۱۷	۲۲	قبل از خبر استان (از ساعت ۱۹ الی ۲۳)
۵	۷	۱۲	۱۷	۲۲	قبل از برنامه ویژه محلی
۷	۹	۱۶	۱۹	۲۴	قبل از سریال یا فیلم سینمایی
۷	۹	۱۶	۱۹	۲۴	قبل از مسابقات فوتبال زنده

جدول طبقات برنامه‌های رادیویی شبکه‌ها:

جدول شماره ۳۴

منطقه ویژه	منطقه چهار	منطقه سه	منطقه دو	منطقه یک	عنوان برنامه
۸	۱۲	۱۴	۱۶	۱۸	برنامه عادی (از ساعت ۷ الی ۲۰)
۶	۸	۱۰	۱۲	۱۵	برنامه‌های ویژه (قبل از ساعت ۶:۵۰ - بعد از ساعت ۲۰)

تعرفه قراردادهای ثانیه‌ای پخش آگهی مراکز استان

ماده ۳۳- آگهی بومی استانی:

آگهی استانی بومی دارای منشاء بومی در استان محل پخش است.

\* تبصره ۴۱: صاحبان آگهی مندرج در لیست آگهی‌های ملی از قبیل ادارات کل امور مالیاتی، توزیع نیروی برق، آب و فاضلاب، گاز، مخابرات، حمل و نقل پایانه‌ها، بهزیستی و... در صورت تولید و پخش آگهی با محتوای بومی و ویژه هر استان و پس از اخذ شناسه بازرگانی و فقط به صورت نقدی مجاز به پخش در قالب آگهی بومی هستند.

تعرفه پخش آگهی بومی: نرخ پایه پیام‌های بازرگانی در استان  
 تعرفه پخش زیرنویس بومی: ۱/۲ برابر نرخ پایه آگهی تلویزیونی  
 تعرفه پخش نشان آگهی بومی: ۲ برابر نرخ پایه آگهی تلویزیونی  
 تعرفه پخش تقدیم برنامه بومی: ۲/۵ برابر نرخ پایه آگهی تلویزیونی  
 تعرفه پخش بین برنامه بومی: معادل دو برابر نرخ پایه آگهی تلویزیونی و در رادیو معادل نرخ پایه محاسبه می‌شود.  
 تعرفه گزارش آگهی: معادل ۷۰٪ نرخ پایه آگهی تلویزیونی و رادیویی  
 تعرفه بعد برنامه: معادل ۸۰٪ نرخ پایه آگهی تلویزیونی و رادیویی  
 تعرفه حک آرم: معادل ۲۵٪ نرخ پایه آگهی تلویزیونی



### جدول تسهیلات تشویقی استانی بومی:

(قیمت‌ها به ریال می‌باشد.)

### جدول شماره ۳۵

درصد اضافه بخش رایگان	منطقه ۴	منطقه ۳	منطقه ۲	منطقه ۱	معیار	ردیف
%۱۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	حداقل	۱
	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	حداکثر	
%۲۰	۲۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۶۰,۰۰۰,۰۰۰	حداقل	۲
	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	حداکثر	
%۳۰	۳۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۱۰,۰۰۰,۰۰۰	حداقل	۳
	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	حداکثر	
%۴۰	۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰	به بالا	۴

درصدهای تسهیلات تشویقی به صورت زمان بخش برای صاحبان کالا و خدمات اعطاء خواهد شد.



ماده ۳۴- نرخ تعرفه استانی بومی (ثانیه‌ای)

جدول شماره ۳۶

ردیف	استان	نرخ پایه (ریال)	
		قیمت هر ثانیه (تلویزیون)	قیمت هر ثانیه (رادیو)
۱	آبادان	۸,۰۰۰	۳,۰۰۰
۲	آذربایجان شرقی	۱۸۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰
۳	آذربایجان غربی	۵۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰
۴	اردبیل	۷۷,۰۰۰	۲۵,۰۰۰
۵	اصفهان	۱۴۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰
۶	البرز	۳۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰
۷	ایلام	۲۲,۰۰۰	۷,۰۰۰
۸	بوشهر	۲۲,۰۰۰	۷,۰۰۰
۹	چهارمحال و بختیاری	۴۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰
۱۰	خراسان جنوبی	۲۰,۰۰۰	۷,۰۰۰
۱۱	خراسان رضوی	۱۳۵,۰۰۰	۳۵,۰۰۰
۱۲	خراسان شمالی	۲۰,۰۰۰	۷,۰۰۰
۱۳	خوزستان	۸۵,۰۰۰	۲۵,۰۰۰
۱۴	زنجان	۳۳,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
۱۵	سمنان	۳۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
۱۶	سیستان و بلوچستان	۲۲,۰۰۰	۷,۰۰۰
۱۷	فارس	۱۰۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰
۱۸	قزوین	۳۵,۰۰۰	۱۲,۰۰۰
۱۹	قم	۴۰,۰۰۰	۱۲,۰۰۰
۲۰	کردستان	۳۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
۲۱	کرمان	۷۵,۰۰۰	۲۸,۰۰۰
۲۲	کرمانشاه	۳۵,۰۰۰	۱۵,۰۰۰
۲۳	کهگیلویه و بویراحمد	۲۵,۰۰۰	۸,۰۰۰
۲۴	کیش	۱۰,۰۰۰	۵,۰۰۰
۲۵	گلستان	۵۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰
۲۶	گیلان	۷۵,۰۰۰	۲۵,۰۰۰
۲۷	لرستان	۳۵,۰۰۰	۱۲,۰۰۰
۲۸	مازندران	۱۰۰,۰۰۰	۲۸,۰۰۰
۲۹	مرکزی	۳۵,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
۳۰	مهاباد	۱۰,۰۰۰	۵,۰۰۰
۳۱	هرمزگان	۴۲,۰۰۰	۱۵,۰۰۰
۳۲	همدان	۳۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
۳۳	یزد	۶۶,۰۰۰	۲۲,۰۰۰



### ماده ۳۵- جدول ضرایب فصل‌های سال قرارداد استانی، بومی و بین استانی:

جدول شماره ۳۷

فصل	درصد	فصل	درصد	فصل	درصد	فصل	درصد
بهار	۰٪	تابستان	۲۵٪	پاییز	۵۰٪	زمستان	۱۰۰٪

### ماده ۳۶- آگهی بین استانی:

پخش تبلیغات یک موسسه، بنگاه اقتصادی، نشان تجاری، محصول و یا خدمت در بیش از ۱ استان توسط یک صاحب آگهی.

\* تبصره ۴۲: در صورت اضافه شدن استان دوم و به بعد مشروط بر این که آگهی در لیست پیوست ماده ۳۷ نباشد، مبنای محاسبه نرخ پخش در استان‌های بعدی بر اساس تعرفه بین استانی که معادل ۱/۵ برابر استانی بومی می‌باشد محاسبه می‌گردد.

### ماده ۳۷- آگهی ملی استانی:

صاحبان کالا و خدمات که در لیست پیوست می‌باشند آگهی آن‌ها ملی محسوب و محاسبه خواهد شد.

\* تبصره ۴۳: کلیه آگهی‌ها نیاز به اخذ شناسه بازرگانی دارند.

\* تبصره ۴۴: چنانچه صاحبان کالا و خدمات آگهی ملی استانی فقط در یک استان که دارای منشاء بومی می‌باشد آگهی پخش نمایند بومی محسوب خواهد شد.

\* تبصره ۴۵: قراردادهای آگهی‌های ملی فقط به صورت اضافه پخش صادر می‌شود.

### ماده ۳۸- انواع پرداخت:

#### پرداخت نقدی:

۱-۳۸- صاحبان آگهی که تمایل داشته باشند هم‌زمان با شروع قرارداد به صورت نقدی و کامل مبلغ قرارداد را پرداخت نمایند می‌توانند از امتیاز اضافه پخش نقدی سیصد درصد علاوه بر تخفیفات پایه استفاده کنند.  
۱-۱-۳۸- برای صاحبان کالا و خدمات بومی ثانیه ای ۲۰٪ زمان رایگان اعطاء خواهد شد.

#### غیر نقدی:

۲-۳۸- صاحبان آگهی که قرارداد غیر نقدی انعقاد نمایند تسهیلات مطابق با جدول ضوابط در ماده ۱۴ محاسبه می‌گردد.

### ماده ۳۹- 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 مفاصاحساب نهایی صادر می‌شود.

### ماده ۴۰- 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 و طبق ماده (۳۹) اقدام خواهد شد.



## ماده ۴۱- کارمزد:

الف- کارمزد به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی همکار که دارای مجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشند و از قبل ضوابط و مقررات دفتر پذیرش و پخش پیام‌های بازرگانی را پذیرفته و قرارداد همکاری سال جاری را منعقد و مبادله نموده باشند تعلق می‌گیرد.  
ب- کارمزد برای انواع قراردادهای در تلویزیون و رادیو به شرح ذیل پرداخت خواهد شد:

جدول شماره ۳۸

درصد کارمزد			نوع قرارداد	گروه
ج و رادیویی	ب	الف		
۱۳	۱۰	۸	گروه یک	
۱۷	۱۵	۱۳	گروه دو	
۲۰	۱۶	۱۴	گروه سه	
۲۵	۱۷	۱۴	گروه چهار	
بر اساس آیین‌نامه مشارکتی			مشارکتی رادیو و تلویزیون	
-	-	۲۲	استانی ملی رادیو و تلویزیون	
-	-	۳۰	استانی بومی و بین استانی رادیو و تلویزیون	

ج- به شرکت‌های همکار قرارداد سه‌جانبه منعقد و صاحبان آگهی آن‌ها امتیاز حضور اولین بار یک‌ساله گرفته‌اند، ۳٪ و شرکت‌های همکار که قرارداد سه‌جانبه منعقد و صاحبان آگهی آن‌ها امتیاز حضور اولین بار سه‌ساله به بالا گرفته‌اند ۵٪ کارمزد علاوه بر کارمزد ذکر شده پس از کسر کسورات قانونی (بیمه، مالیات) پرداخت می‌گردد.

\* تبصره ۴۶: به شرکت‌های همکار قرارداد سه‌جانبه منعقد و صاحبان آگهی آن‌ها در صورت افزایش ۵۰ درصدی بودجه نسبت به سال گذشته ۲٪ و صاحبان آگهی آن‌ها در صورت افزایش ۱۰۰ درصدی بودجه نسبت به سال گذشته ۵٪ کارمزد علاوه بر کارمزد بند (ب) و (ج) ذکر شده پس از کسر کسورات قانونی (بیمه، مالیات) پرداخت می‌گردد. (حداکثر پرداخت کارمزد ۳۰ درصد بیشتر نخواهد شد.)

د- در قراردادهای دوطرفه که صاحبان آگهی بدون معرفی شرکت همکار اقدام به پخش آگهی نمایند پس از پخش هیچ‌گونه تسهیم و کارمزدی به آن‌ها تعلق نمی‌گیرد.

ه- نحوه محاسبه کارمزد بر اساس کمترین مقدار از میزان پخش و یا وصولی، خواهد بود.

و- چنانچه تاریخ اعتبار مجوز وزارت ارشاد اسلامی شرکت به اتمام برسد ۱۰۰٪ کارمزد به حساب بستانکار شرکت منظور و فقط از تاریخ صدور تأییدیه مکتوب از وزارت ارشاد اسلامی ۵۰٪ کارمزد متعلقه تا ۶ ماه پرداخت می‌شود و باقیمانده کارمزد پس از ارائه مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پرداخت خواهد شد.

ز- در قراردادهایی که صاحبان کالا و خدمات با شرکت همکار خود در خصوص دریافت نکردن کارمزد به توافق برسند سازمان موافقت دارد ۲ برابر میزان کارمزد به صورت اضافه پخش در قرارداد اعمال نماید.

ک- قراردادهای بسته‌های ویژه بر مبنای گروه الف محاسبه می‌شود.



این مجموعه ضوابط شامل ۴۱ ماده و ۴۶ تبصره می باشد که به استناد ماده ۲۲ اساسنامه و قانون اداره سازمان صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران و آیین نامه های شماره ۱۹/۳۰/۱۱۰۰/۱ تاریخ ۱۳۸۳/۴/۱ و ۲۴۰/۳۱۸۵/۱۲۴۰ تاریخ ۱۳۸۳/۵/۵ تنظیم و به تصویب ریاست محترم سازمان رسیده است.