

فهرست عناوین

ردیف	عنوان	صفحه
۱	فهرست	۱
۲	مقدمه	۳
۳	صاحب آگهی	۴
۴	صنوف گروه سوم	۴
۵	شرکت همکار و تعهدات	۸
۶	تعریف قرارداد و شرایط آن	۹
۷	قرارداد فرهنگی	۱۰
۸	قراردادهای محتوایی، ارزشی و دینی کتاب و فیلم‌های سینمایی	۱۰
۹	امتیازهای تشویقی تسریع و حضور اولین بار	۱۱
۱۰	تسهیلات بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور	۱۲
۱۱	تسهیلات حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان خدمات برتر	۱۳
۱۲	امتیاز حضور مستمر در رسانه ملی	۱۳
۱۳	اضافه پخش بودجه سالانه و افزایش بودجه رادیویی و تلویزیونی گروه اول	۱۴
۱۴	اضافه پخش بودجه سالانه و افزایش بودجه و تسهیلات تشویقی رادیویی و تلویزیونی طی سال گروه دوم	۱۶
۱۵	اضافه پخش بودجه ماهانه و افزایش بودجه رادیویی و تلویزیونی گروه سوم	۲۰
۱۶	اضافه پخش بودجه سه ساله و شرایط هلدینگ تولید، توزیع و فروش رادیویی و تلویزیونی گروه سوم	۲۲
۱۷	تسهیلات تشویقی حمایت از اشتغال داخلی گروه سوم	۲۵
۱۸	تسهیلات تشویقی برند ملی	۲۶
۱۹	تسهیلات تشویقی طی سال	۲۷
۲۰	انواع پرداخت قراردادها	۲۸
۲۱	تسهیلات تشویقی ماه مبارک رمضان	۳۰
۲۲	جدول نرخ پایه آگهی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی	۳۰
۲۳	افزایش طبقه هر برنامه	۳۱
۲۴	جدول ضرایب ماه‌های سال	۳۱
۲۵	جدول ضریب محاسبه آگهی خارجی، مشترک، تحت لیسانس در رادیو و تلویزیون	۳۱
۲۶	انواع آگهی	۳۲
۲۷	نرخ انواع آگهی	۳۳

ردیف	عنوان	صفحه
۲۸	ارتقاء سطح مهندسی پیام در آگهی‌های بازرگانی	۳۴
۲۹	موقعیت آگهی در بسته	۳۵
۳۰	زمان سفارش آگهی	۳۵
۳۱	حذف و جابجایی آگهی‌ها	۳۵
۳۲	قطع پخش آگهی	۳۶
۳۳	صورتحساب	۳۶
۳۴	تعدیل	۳۷
۳۵	فسخ قرارداد	۳۷
۳۶	رتبه بندی شرکتهای تبلیغاتی	۳۷
۳۷	کارمزد	۳۸

مقدمه:

مجموعه ضوابط و مقررات جذب و پذیرش تبلیغات بازرگانی سال ۱۳۹۸ 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 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 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.
- حمایت از اشتغال کارگر ایرانی به‌منظور معرفی هرچه بیشتر محصولات ایرانی
- ارتقاء سطح فرهنگی پیام

اداره کل بازرگانی

سازمان صدا و سیما

۲- مواد غذایی و آشامیدنی:

- ۲-۱-۱- شیر
- ۲-۱-۲- دوغ
- ۲-۱-۳- آب معدنی
- ۲-۱-۴- آبمیوه (طبیعی، گازدار و شربت)
- ۲-۱-۵- نوشابه‌ها و ماءالشعیرها
- ۲-۱-۶- پودر نوشیدنی
- ۲-۱-۷- عرقیات سنتی

۲-۱- نوشیدنی سرد:

- ۲-۲-۱- چای
- ۲-۲-۲- قهوه
- ۲-۲-۳- دمنوشها

۲-۲- نوشیدنی گرم:

- ۲-۳-۱- غلات و سبزیجات و میوه جات
- ۲-۳-۲- پروتئینی حیوانی و گیاهی
- ۲-۳-۳- کنسروجات و کمپوت
- ۲-۳-۴- غذاهای آماده و نیمه آماده
- ۲-۳-۵- انواع خشکبار و ادویه جات و نمک
- ۲-۳-۶- مربا، عسل، شیرینی و شکلات
- ۲-۳-۷- ترشیجات جامد و مایع و انواع چاشنی‌ها
- ۲-۳-۸- تنقلات
- ۲-۳-۹- انواع روغن‌ها (جامد - مایع) و کره
- ۲-۳-۱۰- لبنیات و بستنی

۲-۳- مواد غذایی:

- ۳-۱- انواع لوله، شیرآلات و لوازم بهداشتی ساختمان
- ۳-۲- درب و پنجره و انواع پوششهای فلزی
- ۳-۳- انواع سنگ، کاشی، سرامیک و هرنوع پوشش معدنی
- ۳-۴- ابزار و یراق ساختمانی
- ۳-۵- چوب و فرآورده‌های چوبی ساختمان
- ۳-۶- انواع عایق‌های ساختمانی و صنعتی ساختمان
- ۳-۷- انواع تاسیسات ساختمانی الکتریکی و غیر الکتریکی

۳- ساختمان و تاسیسات:

- ۴-۱- کالای خواب
- ۴-۲- فرش و موکت و مبلمان و لوستر و وسایل تزئینی منزل
- ۴-۳- صوتی و تصویری و لوازم برقی
- ۴-۴- انواع ظروف شامل چینی، سرامیک، بلور، کریستال و فلزی
- ۴-۵- فرش دستباف و صنایع دستی
- ۴-۶- مبل، میز و وسایل اداری
- ۴-۷- وسایل و تجهیزات ورزشی منزل و باشگاهی
- ۴- لوازم خانگی و اداری:**

- ۵-۱- پوشاک، کیف و کفش و لوازم تزئینی:
- ۵-۱-۱- مردانه
- ۵-۱-۲- زنانه
- ۵-۱-۳- بچه‌گانه
- ۵-۱-۴- برند
- ۵-۱- پوشاک:**

- ۵-۲- کیف و کفش و کمر بند:
- ۵-۲-۱- مردانه
- ۵-۲-۲- زنانه
- ۵-۲-۳- بچه‌گانه
- ۵-۲-۴- ساک و چمدان

تبصره ۱: چنانچه تبلیغی ۲ قسمت از ۳ قسمت (مردانه، زنانه، بچه‌گانه) را دارا باشد جزء تبلیغات برند طبقه بندی می‌گردد.

۶- خودرو و لوازم یدکی ماشین آلات، تجهیزات فنی و تولید و صنایع فلزی

- ۶-۱- خودرو
- ۶-۱-۱- سبک
- ۶-۱-۲- سنگین
- ۶-۱-۳- دوچرخ
- ۶-۱-۳-۱- موتوری
- ۶-۱-۳-۲- غیر موتوری

- ۶-۲- لوازم یدکی:
- ۶-۲-۱- سبک
- ۶-۲-۲- سنگین
- ۶-۲-۳- دوچرخ
- ۶-۲-۳-۱- موتوری
- ۶-۲-۳-۲- غیر موتوری

- ۶-۳- ماشین آلات:
- ۶-۳-۱- کشاورزی و دامپروری
- ۶-۳-۲- صنایع

۶-۴-۱- سبک }
۶-۴-۲- سنگین } ۶-۴- صنایع فلزی:

۷-۱- بنزین }
۷-۲- نفت، گازوئیل، قیر و }
فرآورده‌های قیری }
۷-۳- انواع روان کننده ها } ۷- فرآورده‌های نفتی - گازی - پتروشیمی شیمیایی و سوخت:
۷-۴- گاز مایع، صنعتی، طبیعی }

۷-۵-۱- انواع چسب }
۷-۵-۲- انواع رنگ و رزین و مرکبات چاپ }
۷-۵-۳- انواع پاک کننده صنعتی } ۷-۵- شیمیایی:
۷-۵-۴- انواع پوشش و ضدسایش و خوردگی }
۷-۶-۱- پالایشگاه‌ها } ۷-۶- پتروشیمی
۷-۶-۲- محصولات }

۸-۱- کتب، روزنامه و مجله..... }
۸-۲- لوح فشرده }
۸-۳- محصولات بسته بندی } ۸- انتشارات و چاپ و نشر و لوازم التحریر:
۸-۴- کاغذ و لوازم التحریر }
۸-۵- صحافی، لیتوگرافی و چاپخانه }

۹-۱- صنایع داروئی و مکمل‌ها }
۹-۲- صنایع بیمارستانی }
۹-۳- تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی } ۹- حوزه سلامت و درمان:
۹-۴- صنایع دارویی گیاهی }

۱۰-۱- هنر }
۱۰-۲- عام المنفعه } ۱۰- گروه فرهنگی:
۱۰-۳- کتب غیر درسی و دینی }

۱۱- خدمات:

- ۱۱-۱- تجاری ، گردشگری و پذیرایی
- ۱۱-۲- حمل و نقل
- ۱۱-۳- آموزشی و کمک آموزشی
- ۱۱-۴- خدمات حوزه آرایشی، بهداشتی-سلامت
- ۱۱-۵- خدمات ساختمان و تاسیسات
- ۱۱-۶- خدمات لوازم خانگی و اداری
- ۱۱-۷- خدمات خودرو سبک و سنگین
- ۱۱-۸- خدمات حوزه نفت-گاز-پتروشیمی-شیمیایی سوخت
- ۱۱-۹- خدمات فناوری و ارتباطات
- ۱۱-۱۰- سایر خدمات

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

هدلینگ 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 هر گروه مانند بخش‌های صنایع دستی و فرش دست باف، کشاورزی، صنعت و خدمات براساس 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 هدلینگ 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 ۲:** در صورتی که گروه مذکور در سال‌های بعد از مجموعه هدلینگ خارج شود، مبنای محاسبه بودجه ماهانه میزان اعتبار اولیه گروه در سال قبل بوده و ملاک افزایش بودجه، سقف گروه هدلینگ 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 ۹۸ 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.

ه- با توجه به تعدد زیر مجموعه‌های تعیین شده برای گروه ۳ صاحبان کالا و خدمات و لزوم ثبت مکانیزه طبقه انتخابی که از نظر مالی، محتوایی و موضوعی کمک شایانی به آنها خواهد کرد، تمام کانون‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی موظف هستند نسبت به انتخاب دقیق زیر مجموعه‌های این طبقه اقدام نمایند تا دقیقاً و کاملاً با محصول یا خدمت مورد تبلیغ منطبق باشد. اداره کل بازرگانی صرفاً طبقه و زیر مجموعه انتخابی را تایید خواهد کرد و هیچ گونه مسئولیتی در قبال هرگونه اشتباه احتمالی در این انتخاب را نخواهد شد.

ماده ۴: تعریف قرارداد و شرایط آن:

قرارداد پخش آگهی تعهدی است کتبی که طبق تعرفه‌های مصوب به صورت دوطرفه (اداره کل بازرگانی و صاحب آگهی) یا سه طرفه (اداره کل بازرگانی، صاحب آگهی و شرکت 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 اداره کل امور حقوقی تهیه شده، منعقد و مبادله می‌شوند.

ج- هر قرارداد بنام یک صاحب آگهی که طبق مدارک رسمی نام تجاری و نمایندگی رسمی یا مالکیت آن را داشته باشد، منعقد خواهد شد و از پذیرش قراردادهای ائتلاف چند صاحب آگهی خودداری می‌شود.

د- در صورتی که صاحبان کالا و خدمات برابر تشخیص اداره کل بازرگانی از انجام تعهدات خود در زمان‌های مقرر خودداری نمایند، اداره کل مزبور نیز از پخش آگهی‌های تبلیغاتی آن‌ها ممانعت نموده و نسبت به وصول مطالبات خود با اجرای تعدیلات لازم از طریق مبادی ذیربط اقدام 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 ۳: تغییر شرکت همکار در قراردادهای سه طرفه با ارائه تسویه حساب از شرکت همکار قبلی، حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ اعلام به اداره کل بازرگانی انجام خواهد شد. قبولی پخش از شرکت همکار جدید بلافاصله صورت می‌پذیرد و در صورت اعتراض شرکت همکار قبلی، برای تعیین تکلیف کارمزد باقی مانده و اقدامات اجرایی، اداره کل بازرگانی به عنوان حکم و داور مرضی‌الطرفین به مسئله رسیدگی خواهد کرد و نظر اداره کل بازرگانی قطعی و لازم‌الاجراست.

تبصره ۴: در صورت اجرای تبصره ۳ تمام تعهدات سازمان نسبت به صاحبان آگهی کماکان به قوت خود باقی خواهد بود. طبق مصوبات شورای عالی استاندارد، تمام صاحبان کالا و خدماتی که محصولات آن‌ها طبق این مصوبات مشمول اخذ مجوز استاندارد از سازمان ملی استاندارد ایران هستند، لازم است قبل از دریافت شناسه پخش آگهی نسبت به اخذ این مجوز و ارائه آن اقدام نمایند.

ماده ۵- انواع قراردادهای:

۵-۱- قراردادهای تلویزیونی و رادیویی:

در سال جاری به منظور حمایت هرچه بیشتر از صاحبان کالا و خدمات و استفاده حداکثری از ظرفیت ضرایب بودجه ماهانه/سالانه، قراردادها در یک نوع متمرکز می‌شود

۵-۲- 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.

۵-۳- 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»

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

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.

۵-۴- 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»

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

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

ماده ۶- انواع امتیازهای تشویقی قراردادها:

الف- اضافه پخش تسریع:

انعقاد قراردادهای جدید پخش برای سال ۱۳۹۸ از تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۲ آغاز می شود و به منظور تشویق صاحبان کالا و خدمات به برنامه ریزی دقیق در تنظیم و انعقاد قرارداد به تفکیک گروه های صاحبان کالا و خدمات امتیاز پخش تسریع تعلق خواهد گرفت. ملاک حفظ اضافه پخش تسریع فقط اخذ قرارداد نیست بلکه 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 می گیرد که در تاریخ های زیر منعقد شود:

«جدول شماره ۳»

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
۱۵۰	از ۱۳۹۷/۱۰/۲۲ تا ۱۳۹۷/۱۱/۳۰
۵۰	از ۱۳۹۷/۱۲/۰۱ تا ۱۳۹۷/۱۲/۲۷
۲۵	از ۱۳۹۷/۱۲/۲۸ تا ۱۳۹۸/۱/۳۱

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 ۱۳۹۸ اضافه پخش تشویقی تعلق می گیرد.

«جدول شماره ۴»

در صد اضافه پخش رادیویی و تلویزیونی

درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی	شرح
۱۰۰	اولین بار بعد از یک سال عدم حضور ۱۳۹۷/۱/۱ تا ۱۳۹۷/۱۲/۲۹
۲۰۰	اولین بار بعد از سه سال عدم حضور ۱۳۹۷/۱۲/۲۹ تا ۱۳۹۵/۱/۱
۳۰۰	اولین بار بعد از پنج سال عدم حضور ۱۳۹۷/۱۲/۲۹ تا ۱۳۹۳/۱/۱

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، به خصوص در نوسانات اقتصادی خواهد شد؛ لذا رسانه ملی به منظور ارتقاء شاخص‌های فوق‌الذکر، در پخش تبلیغات نسبت به تقویت آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که علاوه بر محصولات قبلی خود اقدام به تولید طبقه جدیدی از محصولات و خدمات نمایند، متناسب با مدت زمان عدم حضور، 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 ۱۳۹۷ 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»

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

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»

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

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 پختی به شرح جدول زیر اعطاء خواهد شد.

- اگر مشمول تسهیلات تشویقی افزایش بودجه شده باشد ۱۰۰ درصد جدول و اگر بودجه سال 1397 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	۱۱۰
دوساله	۲۰۰
سهساله	۲۵۰
چهارساله	۳۰۰
پنجساله	۳۵۰

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 ۹۷، میزان پخش و تعدیل در هر رسانه است.

تبصره ۱۰: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که در سال ۹۷ به هر دلیلی بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده‌اند شرط بهره‌مندی از ضرایب جداول افزایش بودجه و حضور مستمر مبلغ قرارداد قبل از تعدیل سال ۱۳۹۷ می‌باشد.

تبصره ۱۱: صاحبان کالا و خدماتی که تولیدات آن‌ها در ایران تحت لیسانس انجام می‌شود اگر در حوزه‌های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می‌کنند، با رعایت تبصره شماره ۱۰ مشروط بر آنکه بودجه سالانه آن‌ها کمتر از ۱۰۰۰ میلیارد ریال نباشد و باید از رشد بودجه سالانه حداقل ۷۰ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم سلولزی این رشد باید حداقل ۵۰ درصد باشد.

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
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۳,۶۰۰,۰۰۰	۲۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰
۹,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰
۲۶,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
۶۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰

جدول شماره ۹ « (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۷ تلویزیونی				بودجه سال ۹۷ بودجه سال ۹۸
۲,۵۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش				
۰	۴۵۰	۲۰۰	۵۰	۱,۰۰۰,۰۰۰
۱۱۰۰	۴۲۰	۱۰۰	۰	۱,۲۰۰,۰۰۰
۱۰۰۰	۴۰۰	۱۰	۰	۱,۴۰۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۰» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۱۷۵,۰۰۰	۱۵۰	۷۰,۰۰۰
۴۴۴,۰۰۰	۲۷۰	۱۲۰,۰۰۰
۱,۴۰۰,۰۰۰	۶۰۰	۲۰۰,۰۰۰
۲,۷۵۰,۰۰۰	۱۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۱» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۷ رادیویی				بودجه سال ۹۷ بودجه سال ۹۸
۲۵۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰	۷۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش				
-----	۵۵۰	۳۰۰	۵۰	۵۰,۰۰۰
۱۰۰۰	۳۵۰	۰	۰	۱۷۰,۰۰۰

تبصره ۱۲: 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)

میزان بودجه سالانه	جدول اضافه پخش بودجه سالانه تلویزیونی	
	درصد اضافه پخش	جمع پخش
۱۰۰,۰۰۰	۳۰۰	۴۰۰,۰۰۰
۱۸۰,۰۰۰	۵۰۰	۱,۰۸۰,۰۰۰
۳۰۰,۰۰۰	۷۶۰	۲,۵۸۰,۰۰۰
۳۵۰,۰۰۰	۹۵۰	۳,۶۷۵,۰۰۰
۴۰۰,۰۰۰	۱۱۰۰	۴,۸۰۰,۰۰۰
۴۸۰,۰۰۰	۱۹۰۰	۹,۶۰۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۳» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۷ تلویزیونی						بودجه سال ۹۷ بودجه سال ۹۸
۴۸۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰	۳۵۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰	۱۸۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش						
			۴۲۰	۲۸۰	۸۰	۷۲,۰۰۰
		۴۲۰	۳۰۰	۸۰	۰	۱۵۰,۰۰۰
	۷۰۰	۴۰۰	۱۴۰	۰	۰	۲۰۰,۰۰۰
	۵۰۰	۱۴۰	۵۰	۰	۰	۲۷۰,۰۰۰
۴۴۰	۱۴۰	۴۰	۰	۰	۰	۳۳۰,۰۰۰
۳۰۰	۳۰	۰	۰	۰	۰	۳۸۰,۰۰۰
۲۵۰	۰	۰	۰	۰	۰	۴۲۰,۰۰۰

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 ۱۳۹۸ از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۱۴»

میزان ثانیه	درصد افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۷
۱۰۰۰	۳۰
۱۲۰۰	۴۰
۱۴۰۰	۵۰
۱۶۰۰	۷۰
۲۰۰۰	۱۰۰
۲۲۰۰	۲۰۰
۳۰۰۰	۳۰۰

تبصره ۱۳: 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 ۱۴ باشد، مشمول ۲۰ درصد جدول فوق الذکر خواهند شد.

تبصره ۱۴: 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 ۱۵: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش است.

تبصره ۱۶: 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 ۱۷: 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

درصد اضافه	زمان پخش
۱۲۰	صبحگاهی
۸۰	عصرگاهی
۶۰	شامگاهی

تبصره ۱۸: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۸ 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	۹۰
عصرگاهی	۵۰
شامگاهی	۴۰

«جدول شماره ۱۷» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سالانه رادیویی		میزان بودجه سالانه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	
۵۰,۰۰۰	۱۵۰	۲۰,۰۰۰
۱۰۲,۰۰۰	۲۴۰	۳۰,۰۰۰
۳۰۰,۰۰۰	۵۰۰	۵۰,۰۰۰
۵۲۵,۰۰۰	۶۵۰	۷۰,۰۰۰
۱,۴۴۰,۰۰۰	۱۵۰۰	۹۰,۰۰۰

«جدول شماره ۱۸» (ارقام به میلیون ریال)

افزایش بودجه نسبت به سال ۹۷ رادیویی					بودجه سال ۹۷
۹۰,۰۰۰	۷۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	
درصد اضافه پخش					سال ۹۸
		۵۰۰	۳۰۰	۳۰	۱۵,۰۰۰
	۸۰۰	۳۵۰	۱۰۰	۰	۲۵,۰۰۰
۱۵۰۰	۵۰۰	۲۰۰	۰	۰	۴۲,۰۰۰
۱۲۰۰	۲۰۰	۰	۰	۰	۵۶,۰۰۰

تبصره ۱۹: برای گروه دوم و افزون بر سقف جدول سالانه، در تلویزیون به ازای هر ۱۵ میلیارد ریال ۱۰ درصد و در رادیو به ازای هر ۵ میلیارد ریال، ۳۰ درصد اضافه پخش تشویقی اعطاء می‌شود.

تبصره ۲۰: 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.

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 ۱۳۹۸ طبق جدول ذیل از تسهیلات تشویقی رایگان استفاده نمایند.

«جدول شماره ۱۹»

میزان ثانیه	درصدافزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۷
۱۰۰۰	۱۵
۱۲۰۰	۲۵
۱۸۰۰	۵۰
۲۰۰۰	۸۰
۲۵۰۰	۱۲۵

تبصره ۲۱: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود.

تبصره ۲۲: 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 بلا مانع است)

تبصره ۲۳: 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

درصد اضافه	زمان پخش
۵۰	صبحگاهی
۷۰	عصرگاهی
۶۰	شامگاهی

تبصره ۲۴: در صورتی که صاحبان آگهی گروه دوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۸ 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
۳۰	صبحگاهی
۵۰	عصرگاهی
۴۰	شامگاهی

ج- 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	۲۰۰	۱۶۰
۴۰	۷۰۰	۵۰۰
۵۶	۱,۰۱۴	۶۵۰
۸۰	۱,۶۲۰	۹۰۰
۱۲۰	۳,۳۰۰	۱,۵۰۰
۱۶۰	۶,۵۰۰	۲,۵۰۰
۲۰۰	۱۲,۳۰۰	۴,۱۰۰
۲۸۷	۲۳,۲۲۰	۶,۰۰۰
۳۷۰	۴۲,۳۰۰	۹,۰۰۰
۴۵۰	۷۹,۷۵۰	۱۴,۵۰۰
۵۳۰	۱۲۲,۸۵۰	۱۹,۵۰۰
۶۰۰	۲۱۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰
۷۵۰	۳۹۱,۰۰۰	۴۶,۰۰۰

«جدول شماره ۲۳»

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۷ تلویزیونی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱۵	۵۰
۲۵	۷۵
۶۰	۱۵۰
۹۰	۱۸۰
۱۵۰	۲۷۰
۲۱۰	۳۲۰
۳۱۰	۴۰۰
۴۱۰	۵۰۰
۵۵۰	۷۰۰

تبصره ۲۵: استفاده از ضریب افزایش بودجه در سال ۱۳۹۸ منوط به عقد و پخش قرارداد حداقل ۱۵۰۰ میلیون ریالی در تلویزیون و ۳۰۰ میلیون ریالی در رادیو در سال ۱۳۹۷ است.

تبصره ۲۶: برای عملیاتی کردن افزایش بودجه سال ۱۳۹۸، قراردادهای صاحبان کالا و خدمات در سال ۱۳۹۷ 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	
۲۲۵	۵۰	۱۵۰
۶۰۰	۱۰۰	۳۰۰
۱,۶۲۰	۱۷۰	۶۰۰
۳,۰۶۰	۲۴۰	۹۰۰
۸,۴۶۰	۳۷۰	۱۸۰۰
۱۹,۲۰۰	۵۰۰	۳۲۰۰
۳۸,۴۰۰	۷۰۰	۴۸۰۰
۷۱,۵۰۰	۱۰۰۰	۶۵۰۰
۱۴۴,۰۰۰	۱۵۰۰	۹۰۰۰

«جدول شماره ۲۵»

اضافه پخش افزایش بودجه نسبت به سال ۹۷ رادیویی	
درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد اضافه پخش تشویقی
۱۵	۵۰
۲۵	۹۰
۴۵	۱۷۰
۷۰	۲۰۰
۹۰	۲۷۰
۱۵۰	۳۴۰
۳۱۰	۵۰۰
۴۰۰	۶۵۰
۵۵۰	۸۵۰

تبصره ۲۷: 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 ۲۸: 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.

د - هلدینگ تولید، توزیع، فروش در گروه ۳ و سه ساله

به منظور توسعه بازار و ایجاد تولید، توزیع و فروش برای حضور حداکثری تولیدکنندگان کالا و خدمات که در عرصه ذیل حضور دارند قرارداد منعقد می‌شود:

۱- حداقل تولیدکننده ۱۰ محصول نهایی یا برند باشند.

۲- شرکت‌های پخش محصولات نهایی با مشخصات زیر:

۲-۱- تعداد حداقل ۷۰ ناوگان حمل و نقل سبک و سنگین اعم از وانت، کامیونت، کامیون ساده و یا یخچالدار

۲-۲- تعداد حداقل ۵۰۰ نیروی انسانی دارای تایید پرداخت بیمه از سازمان تامین اجتماعی

۲-۳- تعداد حداقل ۱۵ دفتر نمایندگی در سطح کشور بصورت استانی، منطقه ای و سراسری

۲-۴- تعداد حداقل ۳۵۰۰ عامل توزیع در سطح فروشگاه کوچک و متوسط کشور (عامل غیر تکراری)

۲-۵- تعداد حداقل ۵ انبار حدود ۱۵۰۰۰ مترمربع انبار مرکزی جهت توزیع کالا در شهرهای مختلف

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

۳- فروشگاه زنجیره‌ای توزیع کالا که حداقل ۲۰۰ شعبه در سطح کشور با نام و نشان تجاری معین داشته باشند.

آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که حداقل ۲ ویژگی از سه ویژگی فوق الذکر را داشته باشند و درخواست همکاری با (SME) بنگاه کوچک و متوسط که طی سال های ۹۵-۹۶-۹۷ با اداره کل بازرگانی فاقد همکاری و عقد قرارداد ریالی بوده اند با در نظر گرفتن ویژگی های بنگاه های کوچک و متوسط از قبیل:

- اشتغال زایی سریع
- کارآفرینی
- نوآوری و خلاقیت
- انعطاف پذیری بیشتر

در نهایت ایجاد ارزش افزوده برای بنگاه مذکور و همچنین ایجاد اثرات اقتصادی احتمالی در سطح کشور و افزایش باورهای عمومی جامعه نسبت به توان تولید کشور و ارتقاء سطح خودباوری و خوداتکایی برای یک دوره سه ساله همکاری نمایند. تبصره ۲۹: استفاده از ظرفیت طرح حمایت از اشتغال سال های ۹۶ و ۹۷ مشروط به نبودن قرارداد ریالی از این امر مستثنی است. عقد قرارداد و استفاده از ظرفیت مذکور با پیشنهاد اداره کل بازرگانی و تأیید معاون منابع مالی و سرمایه انسانی عملیاتی می گردد. در صورتیکه طرف دوم قرارداد به واگذاری تمامی و یا بخشی از قرارداد و یا امتیازات متعلقه آن را به غیر، تحت هر عنوانی خارج از ظرفیت های تولیدی، توزیعی و فروشگاهی خود نماید این قرارداد فسخ و مطابق تعرفه های عادی محاسبه و اعمال خواهد شد.

«جدول شماره ۲۶» (ارقام به میلیون ریال)

جدول اضافه پخش بودجه سه ساله		میزان بودجه
جمع پخش	درصد اضافه پخش	سه ساله
۵۲,۵۰۰,۰۰۰	۲۰۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰
۸۴,۰۰۰,۰۰۰	۲۳۰۰	۳,۵۰۰,۰۰۰
۱۵۵,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰
۴۰۸,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰۰	۸,۰۰۰,۰۰۰
۶۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۵۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰

صاحبان کالا و خدمات که مشمول طرح فوق هستند در صورتیکه حداقل ۱۰ درصد کل بودجه را در صدا پخش آگهی نمایند استفاده از ظرفیت جدول شماره ۲۶ در ردیف مورد درخواست میسر است.

صاحبان کالا و خدماتی که مشمول جدول شماره ۲۶ می باشند به ازای پخش ریالی هر ۵۱/۶۰۰ میلیارد ریال امکان استفاده از ۱۰,۰۰۰ ثانیه آگهی رایگان را به ترتیب ۶۰٪ تلویزیونی و ۴۰٪ رادیویی می باشند.

۱- تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نیست.

۲- این تسهیلات فقط مشمول کالاهای تولید ایران است.

۳- امتیازات جدول شماره ۲۶ مستقل از تمامی جداول است.

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

درصد اضافه	زمان پخش
۱۲۰	صبحگاهی
۸۰	عصرگاهی
۶۰	شامگاهی

تبصره ۳۰: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۸ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

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

درصد اضافه	زمان پخش
۹۰	صبحگاهی
۵۰	عصرگاهی
۴۰	شامگاهی

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

درصد اضافه	زمان پخش
۵۰	صبحگاهی
۷۰	عصرگاهی
۶۰	شامگاهی

تبصره ۳۱: در صورتی که صاحبان آگهی گروه سوم بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۸ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

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

درصد اضافه	زمان پخش
۳۰	صبحگاهی
۵۰	عصرگاهی
۴۰	شامگاهی

ماده ۱۲- تسهیلات تشویقی حمایت از اشتغال داخلی گروه سوم:

حمایت از کالای ایرانی فرصت بسیار مغتنمی برای حمایت و تقویت از سرمایه های اجتماعی و تولید ملی است در تولید ملی علاوه بر توجه به منابع اقتصادی باید توجه خاص و ویژه ای به منابع انسانی صورت گیرد نیروی کار شریفترین، مهمترین و با ارزشترین عامل بین عوامل گوناگون تولید می باشد و هیچ عاملی بدون حضور نیروی انسانی متخصص، خلاق، نوآور امکان تحقق اهداف تولید را محقق نخواهد کرد و حیات بالقوه تولید متضمن توجه جدی به نیروی کار می باشد نیروی انسانی با انگیزه و حرفه ای باعث رشد جوامع می گردد. و توان تولید کشور را از سطح قابل قبولی برخوردار می نماید و نتیجه آن اقتدار، پیروزی و سرفرازی کشورمان می باشد. رسانه ملی با سیاست گذاری بر پایه مهمترین عامل به نقش آفرینی خود در خصوص حمایت از کالای ایرانی طی سالهای ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ اقدام نموده است. در ادامه سیاستهای مذکور در سال ۱۳۹۸ بسته حمایتی ذیل را اعلام می نماید. صاحبان کالا گروه سوم (به استثناء بند د ماده ۱۱) که تولید کننده محصول نهایی برای مصرف کننده نهایی می باشند مشمول طرح فوق الذکر می گردند در صورتیکه طی سال ۱۳۹۷ (سال پایه) حداکثر تا سقف ۲۰۰ میلیارد ریال به کارکنان خود دستمزد و یا حقوق و مزایا پرداخت نموده اند با ارائه فهرست و تایید سازمان تامین اجتماعی می توانند برابر پرداختهای صورت گرفته حداکثر تا سقف ۲۰۰ میلیارد ریال از قرارداد، مبلغ تعرفه به نرخ صفر ریال (صد در صد رایگان) استفاده نمایند.

تبصره ۳۲: مبنای محاسبه و تعیین مبلغ تعرفه قرارداد، ارائه لیست حقوق و مزایای پرداختی یکساله مورد تأیید سازمان تأمین اجتماعی منتهی به دوره زمانی پخش تبلیغات است.

تبصره ۳۳: مبنای تقسیم مبلغ، طبق تعرفه تبلیغات رایگان، ۶۰٪ تلویزیونی و ۴۰٪ رادیویی است.

تبصره ۳۴: در صورتی که پرداخت حقوق و مزایای پرسنل صاحب آگهی نسبت به سال پایه (۹۷)، ۵۰٪ افزایش داشته باشد، مبلغ تعرفه قرارداد منعقد نیز ۵۰٪ افزایش خواهد یافت.

تبصره ۳۵: به جهت رعایت حقوق مخاطبین و مصرف کنندگان کالای ایرانی صاحبان کالا، مشمولین طرح مذکور می بایست آگهی های تبلیغاتی خود را با توجه به رایگان بودن طرح مذکور موظفند نسبت به ارائه آگهی های بازرگانی مطابق با ضوابط پخش سازمان صدا و سیما با رعایت مسائل کیفی و کمی اقدام نمایند.

تبصره ۳۶: خودرو سازان و بیمه های دولتی مشروط به عقد قرارداد حداقل ۲۰۰ میلیارد ریالی، در صورت اتمام پخش قرارداد، شامل استفاده از این تسهیلات خواهند بود.

تبصره ۳۷: وزارتخانه ها و سازمان ها و دستگاه های دولتی و عام عمومی غیر دولتی در صورت عقد قرارداد حداقل ۳۰۰ میلیارد ریالی، در صورت اتمام پخش قرارداد شامل استفاده از این تسهیلات خواهند بود.

تبصره ۳۸: تسهیلات تشویقی از رادیو به تلویزیون قابل انتقال نمی باشد.

تبصره ۳۹: این تسهیلات فقط مشمول کالاهای تولید در ایران است.

تبصره ۴۰: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که در سال ۹۷ به هر دلیلی بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده اند ملاک استفاده از این بند افزایش بودجه نسبت به مبلغ قبل از کسر بودجه سال ۹۷ می باشد.

تبصره ۴۱: صاحبان کالا و خدماتی که تولیدات آنها در ایران تحت لیسانس انجام می شود اگر در حوزه های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می کنند، با رعایت تبصره شماره ۴۰ مشروط بر آنکه بودجه سالانه آنها کمتر از ۱۰۰۰ میلیارد ریال نباشد و باید از رشد بودجه سالانه حداقل ۷۰ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم سلولزی این رشد باید حداقل ۵۰ درصد باشد.

تبصره ۴۲: صاحبان آگهی مشمول این طرح که با اداره کل بازرگانی قرارداد پخش آگهی تلویزیونی (ریالی) منعقد و پخش نمایند مشروط بر آنکه اولین حضور و یا افزایش بودجه نسبت به سال ۱۳۹۷ داشته باشند متناسب با مبلغ قرارداد، طبق جدول ذیل تسهیلات تشویقی علاوه بر مبلغ فوق الذکر اعطاء می‌گردد.

«جدول شماره ۳۱»
(ارقام به ریال)

ردیف	از مبلغ	تا مبلغ	درصد افزایش نسبت به سال قبل	درصد افزایش
۱	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۰	۵
۲	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰	۱۰
۳	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۸۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۱۵
۴	۸۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۲۰
۵	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۱	به بالا	۲۰	۳۰

ماده ۱۳ - تسهیلات تشویقی برای برند ملی :

صاحبان کالا و خدماتی که در سالهای ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ از سوی سازمان توسعه تجارت، به عنوان «برند ملی» شناسایی شوند، از تسهیلات تشویقی رایگان ۱۰۰۰ ثانیه‌ای تا پایان بهمن ماه ۱۳۹۸ 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 ۳۲» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۵۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۷۰

تبصره ۴۳: در صورتی که صاحبان آگهی این گروه بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۸ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می‌شود.

«جدول شماره ۳۳» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی تلویزیونی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۱۱۰
عصرگاهی	۷۰
شامگاهی	۵۰

«جدول شماره ۳۴» ضریب زمانی پخش تسهیلات تشویقی رادیویی برند ملی

زمان پخش	درصد اضافه
صبحگاهی	۷۰
عصرگاهی	۹۰
شامگاهی	۸۰

تبصره ۴۴: در صورتی که صاحبان آگهی این گروه بخواهند تسهیلات تشویقی رایگان را در دی و بهمن ماه سال ۱۳۹۸ پخش نمایند طبق جدول ذیل محاسبه می شود.

«جدول شماره ۳۵» 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 منعقد خود را تا پایان مرداد ماه ۱۳۹۸ به اتمام برسانند مشروط بر آنکه قرارداد آن ها 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 پخش های هر قرارداد تا ۱۳۹۸/۱۱/۳۰، در

صورت نقدی بودن مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۱۵۰ درصدی و در صورت غیر نقدی بودن مشمول استفاده از ظرفیت تشویقی ۸۰ درصدی خواهند بود. در صورت اتمام بودجه، استفاده از ظرفیت تشویقی در طول دوره بلامانع است.

۲- آن دسته از صاحبان کالا و خدمات که کلیه قراردادهای منعقد خود را تا پایان پانزدهم آبان ماه ۱۳۹۸ 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 ۱۳۹۸/۱۱/۳۰، 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 ۴۵: صاحبان کالا و خدمات تحت لیسانس که در سال ۹۷ به هر دلیلی بودجه خود را کسر و یا تعدیل نموده‌اند شرط بهره‌مندی از ضرایب جداول افزایش بودجه و حضور مستمر مبلغ قرارداد قبل از تعدیل سال ۱۳۹۷ می‌باشد.

تبصره ۴۶: صاحبان کالا و خدماتی که تولیدات آن‌ها در ایران تحت لیسانس انجام می‌شود اگر در حوزه‌های لوازم آرایشی، بهداشتی تولید می‌کنند، با رعایت تبصره شماره ۴۵ مشروط بر آنکه بودجه سالانه آن‌ها کمتر از ۱۰۰۰ میلیارد ریال نباشد و باید از رشد بودجه سالانه حداقل ۷۰ درصدی برخوردار باشند و در صنف لوازم سلولزی این رشد باید حداقل ۵۰ درصد باشد.

تبصره ۴۷: اضافه پخش تشویقی هر نوع قرارداد فقط در چارچوب همان قرارداد قابل پخش خواهد بود.

تبصره ۴۸: 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 ۴۹: این طرح مشمول قراردادهای کاهش بودجه، فرهنگی آموزشی، کتاب و فیلم سینمایی نمی‌شود.

ماده ۱۵- انواع پرداخت قراردادها:

الف- نقدی:

«جدول شماره ۳۶»

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

«جدول شماره ۳۷»

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

تبصره ۵۰: صاحبان آگهی در همه گروه‌ها که شروع قرارداد آن‌ها فروردین ماه ۱۳۹۸ است، باید حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۴ 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 ۵۱: صاحبان آگهی که تمایل به پرداخت وجه به صورت ضمانت‌نامه بانکی دارند، می‌توانند به تاریخ نیمه زمان قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی ارائه نمایند.

تبصره ۵۲: صاحبان آگهی گروه‌های یک و دو می‌توانند در هر یک از رسانه‌ها یک قرارداد نقدی در طول سال ۱۳۹۸ منعقد نمایند.
تبصره ۵۳: 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 ۱۳۹۸/۱/۱ باشد پس از اصلاح مدارک مثبت مالی می‌توانند پخش آگهی خود را از زمان عقد قرارداد در سال ۱۳۹۷ شروع نمایند).

تبصره ۵۴: به آن دسته از صاحبان کالا و خدماتی که در سال ۱۳۹۸ 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 ۵۵: 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 ۵۶: درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد طبق مصوبه مجلس شورای اسلامی برای سال ۱۳۹۸ 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 خدمات گروه سوم که ۱۵ روز قبل از شروع ماه مبارک رمضان تا ۱۵ روز بعد از پایان این ماه جشنواره فروش فوق العاده 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 ۱۳۹۸/۱۱/۳۰، از تسهیلات تشویقی ۸۰ 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 ۳۸»

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های تلویزیونی قبل از برنامه

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
۶۲۵۰۰	۳۱	۳۳۰۰۰	۲۶	۲۰۶۰۰	۲۱	۱۳۰۰۰	۱۶	۶۸۰۰	۱۱	۳۲۰۰	۶	۳۵۰	۱
۶۸۵۰۰	۳۲	۳۵۶۰۰	۲۷	۲۲۱۰۰	۲۲	۱۴۰۰۰	۱۷	۷۷۰۰	۱۲	۳۸۰۰	۷	۶۰۰	۲
۸۰۵۰۰	۳۳	۴۵۵۰۰	۲۸	۲۳۵۰۰	۲۳	۱۶۰۰۰	۱۸	۸۶۰۰	۱۳	۴۵۰۰	۸	۱۰۰۰	۳
۹۶۰۰۰	۳۴	۵۱۵۰۰	۲۹	۲۵۵۰۰	۲۴	۱۸۰۰۰	۱۹	۹۸۰۰	۱۴	۵۲۰۰	۹	۱۵۰۰	۴
۱۱۰۰۰۰	۳۵	۵۶۵۰۰	۳۰	۳۰۵۰۰	۲۵	۱۸۶۰۰	۲۰	۱۰۹۰۰	۱۵	۶۰۰۰	۱۰	۲۲۰۰	۵

«جدول شماره ۳۹»

توضیح: تعرفه قیمت پایه آگهی‌های رادیویی قبل از برنامه

ارقام به هزار ریال

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 ۵۷: 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 ۴۰»

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

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

«جدول شماره ۴۱»

ردیف	شرح	ضریب
۱	کلای 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	کلای ایرانی با نام و نشان تجاری (برند) خارجی	۱/۲
۴	کلای 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 ۵۸: 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 ۵۹: 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 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 ۶۰: ارسال سفارش به منزله پخش در ابتدا یا انتهای تمام بسته‌های آگهی‌های شبکه تعیین شده است.

ز- آگهی فروش مستقیم کالا:

« جدول شماره ۴۲ »

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 ۶۱: 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، یک 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).

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

«جدول شماره ۴۳»

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 ۶۲: 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 ۴۴»

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 ۶۳: 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 آگهی‌های تبلیغاتی به (کد) شناسه آگهی‌های تبلیغاتی که طبق جدول ذیل، موارد را رعایت کرده باشند درصد اضافه پخش تعلق می‌گیرد.

«جدول شماره ۴۵»

ردیف	موضوع	درصد اضافه پخش
۱	داستانی فرهنگی	٪۱۵
۲	داستانی آموزشی	٪۱۵
۳	احترام به والدین تحکیم بنیان خانواده و به تصویر کشیدن چند فرزندی و یا به تصویر کشیدن چند نسل از یک خانواده	٪۲۵
۴	محیط زیست	٪۲۰
۵	چراغ سلامت سازمان غذا و دارو	٪۵
۶	موضوعات مربوط به مسئولیت اجتماعی صاحبین کالا و خدمات	٪۲۰
۷	آگاه سازی در خصوص آسیب های اجتماعی	٪۲۰
۸	پرداختن به آموزه های دینی	٪۳۰
۹	توجه به ارزش و باورها ی دینی	٪۳۰
۱۰	استفاده از حجاب برتر(چادر)	٪۴۰
۱۱	استفاده از چهره‌های شرقی بخصوص ایرانی	٪۱۰
۱۲	نمایش سبک زندگی ایرانی، اسلامی	٪۳۰

تبصره ۶۴: در کد آگهی‌های با بازیگر بیش از دو نفر، چنانچه ۵۰ درصد به بالای بازیگران دارای چهره شرقی بخصوص ایرانی باشند بند ۱۱ ماده ۲۳ تعلق می‌گیرد.

تبصره ۶۵: 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 ۴۶»

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 ۶۶: 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 نمایند
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 قراردادها و ظرفیت تشویقی):

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

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

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

د- حذف آگهی یک روز کاری قبل از پخش امکان‌پذیر نیست و در موارد خاص، با 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 ۶۷: 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، اداره‌کل 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، اداره‌کل 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 اداره‌کل 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 ۶۸: 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 قراردادها، 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- رتبه بندی شرکتهای تبلیغاتی:

در راستای تحقق اهداف و سیاست های اجرایی سازمان با رویکردهای زیر اقدام به رتبه بندی شرکتها و کانون‌های تبلیغاتی طرف قرارداد خود نموده است.

۱- افزایش کمی و کیفی آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی که منجر به افزایش رضایت‌مندی مخاطبان رسانه ملی و ازسوی دیگر افزایش رضایت‌مندی صاحبان کالا و خدمات طرف قرارداد خواهد شد.

۲- ایجاد رقابت سالم میان صاحبان آگهی با افزایش کمی و کیفی آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی.

۳- افزایش میزان سرمایه گذاری شرکتها و کانون‌های تبلیغاتی و به تبع آن، تداوم فعالیت آنها.

پس از اعلام اجرای این طرح به کانون ها و شرکت های تبلیغاتی، با استخراج اطلاعات مندرج در فرم های ارسالی از سوی آنها و تطبیق این اطلاعات با مستندات ۱۲ سال گذشته موجود در این اداره کل، شرکت ها و کانون ها در ۵ دسته به شرح جدول زیر طبقه بندی شده اند:

«جدول شماره ۴۷»

حداکثر مبلغ قرارداد هر صاحب آگهی بر حسب گروه صاحب آگهی

گروه سه	گروه دو	گروه یک	گروه رتبه بندی
نامحدود	نامحدود	نامحدود	رتبه ۱
۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۲
۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۳
۱۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۴
۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۵

تبصره ۶۹: هر شرکت تبلیغاتی با توجه به جایگاه خود در جدول رتبه بندی، می‌تواند تا سقف مبلغ تعیین شده در سال ۹۸ از یک صاحب آگهی، تسهیم و یا قرارداد سه طرفه منعقد و آگهی پخش نماید. لازم به ذکر است با رعایت سقف مبلغ حداکثر رتبه هر شرکت یا کانون تبلیغاتی، از لحاظ تعداد صاحب آگهی محدودیتی وجود ندارد. به عنوان نمونه شرکت‌ها و کانون‌های گروه ۵ می‌توانند از هر یک از صاحبان کالا و خدمات گروه ۳ حداکثر ۳۰ میلیارد ریال تسهیم یا قرارداد منعقد نمایند.

ماده ۳۲ - 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 در تلویزیون برای گروه‌های یک و دو ۱۵ درصد و برای گروه سه ۱۷ درصد و در رادیو برای گروه‌های یک و دو ۲۰ درصد و برای گروه سه ۲۲ درصد پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...)، پرداخت خواهد شد.
- ج -** به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی 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 ۳۲ 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 ۳۲ و پس از کسر کسورات قانونی بیمه، مالیات و ... پرداخت می‌گردد.
- ه-** کارمزد در قراردادهای فرهنگی رادیویی و تلویزیونی ۱۰ درصد تعیین و پس از کسر کسورات قانونی (مانند بیمه - مالیات و...)، پرداخت خواهد شد.
- و-** نحوه محاسبه کارمزد براساس کمترین مقدار از میزان پخش یا وصولی خواهد بود.
- ز-** 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 تأییدیه 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.
- ح-** 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 ۷۰:** در صورت عدم رعایت سقف مندرج بند «ح» ماده ۳۲، 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 ۳۲ و ۷۰ 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.