

آیین نامه

پذیرش، تولید و پخش

آگهی و برنامه‌های مشارکتی

در شبکه ایران کالا

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و نظارت

مرکز طرح، برنامه و بودجه

آیین نامه پذیرش، تولید و پخش آگهی و برنامه های
مشارکتی در شبکه ایران کالا

کارشناسان:

اردشیر زابلی زاده (مدیر شبکه ایران کالا)

یدا... سینی (قائم مقام شبکه ایران کالا)

فصل اول: کلیات

مقدمه:

در راستای تحقق منویات رهبر فرزانه انقلاب در چارچوب سیاست‌های کلی اشتغال و حمایت از کار و سرمایه ملی و به منظور اجرای راهبردهای محتوایی سازمان در حوزه تولید، اشتغال، کارآفرینی و حمایت از تولید ملی و کالای ایرانی «آیین‌نامه پذیرش، تولید و پخش آگهی و برنامه‌های مشارکتی در شبکه ایران کالا» به شرح زیر تهیه و تدوین شد.

ماده ۱- هدف:

این آیین‌نامه با رعایت قوانین و مقررات سازمان و با هدف تعیین نقشه راه و چارچوب فعالیت‌های شبکه ایران کالا در دو حوزه پذیرش و پخش آگهی و تولید و پخش برنامه‌های مشارکتی متناسب با مأموریت شبکه و با در نظر گرفتن احکام صادره، مبتنی بر اصول ذیل تدوین شده است:

۱) حمایت رسانه‌ای از بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط با تبلیغ کالا و خدمات و محصولات دانش بنیان و تکیه بر سطح استاندارد و کیفیت آنها.

۲) تولید و پخش برنامه‌های تبلیغاتی برای توسعه صنایع در ایران با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود در این حوزه.

۳) حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در پرتو رونق تولید و افزایش مشارکت مردمی برای حمایت از کالای ایرانی.

۴) جذب منابع مالی خارج از سازمان، برای تأمین و جبران بخشی از هزینه‌های تولید و پخش و اهتمام به کیفیت برنامه‌های تولیدی.

ماده ۲- تعاریف:

واژگان و اصطلاحات مورد استفاده در این آیین‌نامه با هدف اختصار، در معانی زیر به کار می‌رود:

(۱) سازمان: منظور، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است.

(۲) شبکه: منظور، شبکه تلویزیونی ایران کالا سازمان است^۱.

(۳) آگهی: هرگونه معرفی کالا و خدمات در شبکه ایران کالا با هدف تجاری که موجب افزایش سطح آگاهی، ایجاد علاقه و وفاداری در مخاطب شده و ضمن معرفی یا ارتقای نام و نشان تجاری (برند)، در نهایت به فروش یا بهبود شاخص فروش کالا و خدمات منتج می‌شود.

(۴) انواع آگهی:

۴-۱- آگهی مستقیم (تیزر): آگهی کوتاه و تبلیغاتی است که ویژگی‌ها و خصوصیات جذاب کالا و خدمات را به نمایش در می‌آورد و مدت آن حداقل ۱۵ ثانیه و حداکثر ۴۵ ثانیه است (کمتر از مدت ۱۵ ثانیه معادل ۱۵ ثانیه محاسبه می‌شود).

۴-۲- گزارش آگهی (رپرتاژ): به آگهی‌هایی که ساختاری مستند دارند و مراحل ساخت و تولید یا ارائه یک خدمت را در قالب یک گزارش نمایش می‌دهند، گزارش آگهی گفته می‌شود. (حداقل زمان گزارش آگهی ۱۲۰ ثانیه است و تشخیص ساختار گزارش آگهی با شبکه است).

۴-۳- حک آرم: مدت زمان حک آرم ۱۵ ثانیه و اندازه کادر آن به اندازه آرم شبکه است.

۴-۴- زیرنویس: حداقل مدت زیرنویس ۱۵ ثانیه و حداکثر ۲۰ ثانیه است و کمتر از آن ۱۵ ثانیه محاسبه می‌شود.

۴-۵- نشان آگهی: به نمایش نام، نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی، بدون گفتار، همراه با آرم بازرگانی و موسیقی مصوب شبکه در ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی، نشان آگهی گفته می‌شود. (مدت زمان نشان آگهی ۶ ثانیه است)

۴-۶- فروش مستقیم کالا: استفاده از ظرفیت‌های تولید و پخش شبکه برای فروش و عرضه مستقیم کالا و خدمات.

^۱ - شبکه ایران کالا در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و اشتغال و کارآفرینی با مأموریت اختصاصی حمایت حداکثری از تولیدکنندگان و کارآفرینان داخلی، اقدام به تولید و پخش برنامه با رویکرد تبلیغاتی و حمایتی می‌کند.

۵) تسهیلات حمایتی: تولید و پخش برنامه با رویکرد تبلیغاتی و حمایتی (مطابق ماده ۴ این آیین نامه)

۶) برنامه مشارکتی: آن دسته از برنامه‌ها و آثار تولیدی شبکه که تمام یا بخشی از هزینه آن توسط طرف مشارکت تأمین می‌شود.

۷) انواع برنامه‌های مشارکتی:

۷-۱- برنامه مشارکتی اقتصادی و فرهنگی: برنامه‌ای است که در راستای سیاست و مأموریت‌های مشترک شبکه و طرف مشارکت، با تمرکز بر موضوعاتی مانند: فرهنگ کسب و کار، حمایت از تولید داخلی و اطلاع‌رسانی از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های کشور ایران اسلامی، تولید و پخش می‌شود.

۷-۲- تبلیغات درون برنامه‌ای: برنامه‌هایی که با استفاده از فضاهای مجاز تبلیغات درون برنامه‌ای (ماده ۱۶) به صورت ضمنی و تلویحی و بدون تحت الشعاع قرار دادن ساختار و هدف کلی برنامه، به معرفی و تبلیغ کالا و خدمات می‌پردازند و تبلیغ ارائه شده بخشی از برنامه اصلی را شامل می‌شود.

۸) طرف مشارکت: اشخاص حقیقی یا حقوقی (اعم از دولتی و غیر دولتی، تولیدکنندگان یا عرضه‌کنندگان کالا و خدمات ایرانی) که با هدف حمایت از تولید ملی، آگاهی بخشی، اطلاع‌رسانی، فرهنگی و آموزشی در تأمین تمام یا بخشی از منابع و هزینه‌های تولید و پخش برنامه‌های موضوع بند ۷-۱ مشارکت می‌کنند.

۹) صاحب آگهی: اشخاص حقیقی و یا حقوقی (اعم از بخش دولتی یا خصوصی) که به منظور معرفی محصول خود، ضمن پذیرش اصول و ضوابط مندرج در این آیین نامه اقدام به سفارش و پخش آگهی از شبکه می‌کنند.

۱۰) گروه‌های صاحب آگهی و طرف مشارکت:

گروه ۱- وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، مؤسسات و شرکت‌های دولتی و حاکمیتی

گروه ۲- بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط بخش خصوصی و تعاونی کشور

گروه ۳- سازمان‌های مردم نهاد (NGO)، مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری‌ها)،

نهادهای متولی امور فرهنگی، عام المنفعه و خیریه

۱۱) **بناگاه‌های خرد، کوچک و متوسط (SMEs):** واحدهای تولیدی - تجاری هستند که در طبقه‌بندی شرکت‌ها از نظر اندازه در مراتب پایین‌تری نسبت به شرکت‌های بزرگ قرار می‌گیرند. بر اساس تعریف وزارت صمت بناگاه‌های خرد، کوچک و متوسط به شرح جدول زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

تعداد شاغلین	طبقه‌بندی بناگاه‌ها
بین ۵۰ تا ۱۵۰ نفر	متوسط
بین ۱۰ تا ۵۰ نفر	کوچک
کمتر ۱۰ نفر	خرد

۱۲) **شرکت همکار / ارائه دهنده آگهی:** به شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی اطلاق می‌شود که دارای مجوز رسمی تبلیغات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند و ضمن قبول ضوابط و مقررات این آیین‌نامه با شبکه تلویزیونی ایران کالا قرارداد همکاری یا پخش آگهی منعقد می‌کنند.

۱۳) **کمیته جذب و تشخیص:** منظور کمیته جذب و تشخیص برنامه‌های مشارکتی و تبلیغات درون برنامه‌ای شبکه ایران کالا با ترکیب اعضاء و شرح وظایف مندرج در ماده (۷ و ۸) این آیین‌نامه است که مسئولیت بررسی، تأیید یا رد طرح‌های پیشنهادی برنامه‌های مشارکتی را برعهده دارد و به اختصار در این آیین‌نامه «کمیته جذب و تشخیص» نامیده می‌شود.

۱۴) **کمیته ارزش‌گذاری:** منظور کمیته ارزش‌گذاری برنامه‌های مشارکتی و تبلیغات درون برنامه‌ای شبکه ایران کالا، با ترکیب اعضا و شرح وظایف مندرج در ماده (۹ و ۱۰) این آیین‌نامه است که مسئولیت ارزش‌گذاری و تصویب طرح‌های پیشنهادی برنامه‌های مشارکتی و تبلیغات درون برنامه‌ای در شبکه ایران کالا را برعهده دارد و به اختصار در این آیین‌نامه «کمیته ارزش‌گذاری» نامیده می‌شود.

۱۵) **آورنده طرح / بازاریاب:** اشخاص حقیقی و یا حقوقی که از ابتدا تا حصول نتیجه نهایی (ارائه ایده، پیشنهاد طرح، تصویب طرح، جذب اعتبار از طرف مشارکت، عقد قرارداد، تولید و پخش برنامه، تسویه حساب کامل) در بازاریابی موضوع مشارکت حضور فعال دارند و به صورت مکتوب توسط طرف مشارکت به شبکه معرفی می‌شوند.

۱۶) انواع قرارداد:

۱-۱۶- قرارداد پخش آگهی: تعهدی است کتبی، که مطابق تعرفه‌های جدول (۳) ماده ۵ این آیین‌نامه به صورت دو طرفه (شامل شبکه و صاحب آگهی یا ارائه‌دهنده آگهی) یا سه طرفه (شامل شبکه، صاحب آگهی و شرکت همکار (مشاور)) تنظیم می‌شود و پس از امضاء و اخذ مدارک و مستندات مربوطه، اعتبار می‌یابد.

۲-۱۶- قرارداد مشارکت در فروش مستقیم کالا: قراردادی است با هدف فروش و عرضه کالا و خدمات به مشتریان. در این قرارداد طرف مشارکت متعهد به تأمین همه زیرساخت‌های لازم (تجهیزاتی، نرم‌افزاری و نیروی انسانی) برای تولید و پخش است و مسئولیت مستقیم فروش و عرضه کالا و خدمات به مشتریان را بر عهده دارد.

۳-۱۶- قرارداد مشارکت در تولید برنامه (با رعایت بند ۱-۷): قراردادی است که طرف مشارکت، تأمین تمام یا بخشی از هزینه‌های تولید برنامه را تعهد می‌کند.

۴-۱۶- قرارداد مشارکت در پخش برنامه (با رعایت بند ۱-۷): قراردادی است که طرف مشارکت، تأمین تمام یا بخشی از هزینه‌های پخش در برنامه‌های مصوب و در دست اجرای شبکه یا هزینه پخش برنامه تولید شده توسط خود را تعهد می‌کند.

۵-۱۶- قرارداد مشارکت در تولید و پخش برنامه (با رعایت بند ۱-۷): قراردادی است که به موجب آن طرف مشارکت متعهد می‌شود علاوه بر تأمین تمام یا بخشی از هزینه تولید برنامه، تمام یا بخشی از هزینه پخش برنامه را نیز پرداخت نماید.

۶-۱۶- قرارداد مشارکت در تبلیغات میان برنامه‌ای (با رعایت بند ۲-۷): توافق فی‌مابین شبکه با صاحبان کالا و خدمات بطور مستقیم و ارائه‌دهندگان آگهی که با رعایت ضوابط محتوایی سازمان، تمام یا بخشی از هزینه‌های تولید و پخش را به نسبت میزان حضور خود تعهد می‌کنند.

فصل دوم: فرآیند اجرایی

الف - آگهی:

ماده ۳- تعرفه و ضوابط پذیرش و جذب آگهی:

۱) شبکه ایران کالا مجاز است با ملاحظه تسهیلات حمایتی، در خصوص تبلیغات بنگاه‌های خرد، کوچک، متوسط و شرکت‌های دانش بنیان با استفاده از تمامی ظرفیت‌های تبلیغی (مستقیم و غیرمستقیم) اقدام کند.

۲) اداره کل بازرگانی موظف است فهرست بنگاه‌ها، شرکت‌ها و مشتریان طرف قرارداد خود را در ابتدای هر سال به شبکه ایران کالا اعلام کند.

۳) شبکه ایران کالا موظف است چارچوب فعالیت‌های سالانه خود را خارج از فهرست مشتریان و شرکت‌های طرف قرارداد اداره کل بازرگانی تنظیم کند.

۴) تبلیغات مربوط به بنگاه‌ها، مشتریان و شرکت‌های بزرگ طرف قرارداد بازرگانی (مانند اپراتورها، بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری و ...) مشروط به هماهنگی و تأیید کتبی اداره کل بازرگانی، در شبکه ایران کالا مجاز است

۵) شبکه مجاز است با مشارکت بخش خصوصی بستر فروش مستقیم کالا و خدمات با اهداف زیر را فراهم کند:

الف) توسعه بازار کالا و خدمات ایرانی

ب) جذب منابع درآمدی جدید برای سازمان

تبصره: بخش خصوصی متعهد به سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌های تامین کالا، فروش اینترنتی، تولید محتوای فروش تلویزیونی، لجستیک تحویل کالا و است و شبکه صرفاً وظیفه پخش تلویزیونی و تبلیغات آن را بر عهده دارد.

۶) تعرفه، ضوابط و تسهیلات حمایتی مربوط به پخش آگهی در ابتدای هر سال توسط شبکه تهیه و پس از تأیید معاون منابع مالی و سرمایه انسانی، به تصویب ریاست سازمان می‌رسد و هرگونه تغییر در نحوه اجرای آن با تأیید معاون منابع مالی و سرمایه انسانی مجاز خواهد بود.

۷) همه قراردادهای مطابق نمونه قراردادهای مورد تأیید اداره کل حقوقی سازمان تنظیم، منعقد و مبادله می‌شود.

۸) قراردادهای تولید و پخش آگهی و قراردادهای برنامه‌های مشارکتی پس از امضای مقام تشخیص در شبکه ایران کالا (از یک طرف) و صاحبان امضای مجاز طرف‌های دوم قرارداد (از طرف دیگر) دارای اعتبار خواهد بود.

۹) در قراردادهای دو طرفه، صاحب آگهی می‌تواند شرکت یا شرکتهای همکار را متعاقباً و قبل از پخش (آگهی یا برنامه) معرفی کند.

۱۰) ضوابط و مقررات محتوایی حاکم بر تولید و پخش آگهی‌های اداره کل بازرگانی سازمان، در شبکه ایران کالا نیز لازم الاجرا است.

ماده ۴- تسهیلات حمایتی برای رونق تولید ملی :

شبکه ایران کالا مجاز است به منظور حمایت از تولید ملی، در خصوص پخش رایگان مطابق توضیحات جدول (۱) اقدام کند:

جدول شماره (۱) - تسهیلات حمایتی (تعداد نوبت پخش رایگان)			
ردیف	شرح	(نوع بنگاه)	
		متوسط	کوچک
۱	صنایع خرد، کوچک، متوسط و شرکتهای دانش بنیان	۳۰	۴۵
۲	صنایع دستی و فرش دستبافت	۴۵	
۳	تولیدات کشاورزی، محصولات دامی و شیلات	۴۵	
	مرجع	تأیید کننده	
	وزارت صمت و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری	تأیید کننده	
	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	تأیید کننده	
	وزارت جهاد کشاورزی	تأیید کننده	



تبصره ۱: سایر شرایط افزایش تعداد نوبت پخش رایگان بر اساس جدول (۲) منظور خواهد شد:

جدول شماره (۲) - سایر شرایط تسهیلات حمایتی (تعداد نوبت پخش رایگان)				
ردیف	شرح	(نوع بنگاه)		
		متوسط	کوچک	
مرجع	تأیید کننده			
۱	دارای گواهینامه ثبت اختراع	۵	۵	ثبت شرکتها و مالکیت‌های صنعتی
۲	ارتقا شاخص مصرف انرژی به سطح A و بالاتر	۵	۵	سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی
۳	تولیدکننده برتر	۵	۵	وزارت صمت
۴	صادرکننده برتر	۵	۵	سازمان توسعه تجارت
۵	توسعه اشتغالی	۵	۵	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

تبصره ۲: تمامی هزینه‌های تولید و ساخت آگهی در خصوص صنایع متوسط بر عهده صاحبان کالا و خدمات است.

تبصره ۳: هزینه‌های تولید و ساخت آگهی در خصوص صنایع خرد و کوچک پس از تصویب کمیته ارزش‌گذاری و در سقف بودجه و اعتبارات مصوب شبکه، بر عهده شبکه بوده و رایگان است.

تبصره ۴: زمان مجاز آگهی در تسهیلات حمایتی حداکثر ۵ الی ۷ دقیقه است و تعداد نوبت پخش‌های رایگان به نسبت مساوی در اوقات صبح‌گاهی، عصرگاهی و شام‌گاهی توزیع می‌شود.

تبصره ۵: صاحبان کالا و خدماتی که مطابق مصوبات شورای عالی استاندارد، مشمول اخذ مجوز اجباری استاندارد هستند، مکلف‌اند پیش از دریافت شناسه پخش آگهی، در خصوص دریافت مجوز استاندارد از سازمان ملی استاندارد اقدام نموده و مستندات مربوطه را به شبکه تحویل بدهند.

تبصره ۶: ارائه مستندات زیر به تناسب نوع کالا و خدمات ضروری است:

۱- پروانه بهره‌برداری	۴- مجوز وزارت بهداشت و سازمان غذا و دارو
۲- گواهی ثبت نشان تجاری (برند)	۵- اساسنامه و و روزنامه رسمی آخرین تغییرات
۳- گواهی استاندارد	۶- شناسه ملی

تبصره ۷: ارائه تأییدیه از مراجع تأییدکننده برای برخورداری از تسهیلات حمایتی این ماده، الزامی است.

ماده ۵ - تعرفه و ضوابط قرارداد پخش آگهی

صاحبان کالا و خدمات مشمول تسهیلات حمایتی جدول شماره (۱) - در صورت تمایل به ادامه پخش آگهی، باید بر اساس تعرفه طبقات و نرخ پخش آگهی (مطابق جدول شماره ۳) با شبکه قرارداد پخش آگهی منعقد کنند.

جدول شماره (۳) - تعرفه پخش آگهی پایه



وقت	تایم (ثابت)	تعداد	ارزش ریالی هر ثابت	ارزش ریالی ناخالص	درصد تخفیف (ریالی)	خالص پرداختی	مالیات ارزش افزوده	جمع پرداختی	
صبحگاهی	۱۵	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۰	۲۰۲,۵۰۰,۰۰۰	۱۸,۲۲۵,۰۰۰	۲۲۰,۷۲۵,۰۰۰	
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۳۸۲,۵۰۰,۰۰۰	۳۴,۴۲۵,۰۰۰	۴۱۶,۹۲۵,۰۰۰	
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۵,۹۰۰,۰۰۰	۵۵۵,۹۰۰,۰۰۰	
	۳۰	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۳۸۲,۵۰۰,۰۰۰	۳۴,۴۲۵,۰۰۰	۴۱۶,۹۲۵,۰۰۰
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۷۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۴,۸۰۰,۰۰۰	۷۸۴,۸۰۰,۰۰۰
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۹۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۶,۴۰۰,۰۰۰	۱,۰۴۶,۴۰۰,۰۰۰
	۴۵	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۶۷۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۵۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۸,۶۰۰,۰۰۰	۵۸۸,۶۰۰,۰۰۰
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵	۱,۰۱۲,۵۰۰,۰۰۰	۹۱,۱۲۵,۰۰۰	۱,۱۰۳,۶۲۵,۰۰۰
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۱,۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۱۳,۴۰۰,۰۰۰	۱,۳۷۳,۴۰۰,۰۰۰
	۱۲۰	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۱,۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۱۳,۴۰۰,۰۰۰	۱,۳۷۳,۴۰۰,۰۰۰
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۲,۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۹۴,۴۰۰,۰۰۰	۲,۳۵۴,۴۰۰,۰۰۰
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۴,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۲,۸۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۹,۲۰۰,۰۰۰	۳,۱۳۹,۲۰۰,۰۰۰
عصر گاهی	۱۵	۷۵	۱۵۰۰۰۰	۱۶۸,۷۵۰,۰۰۰	۱۰	۱۵۱,۸۷۵,۰۰۰	۱۳,۶۶۸,۷۵۰	۱۶۵,۵۴۳,۷۵۰	
		۱۵۰	۱۵۰۰۰۰	۳۳۷,۵۰۰,۰۰۰	۱۵	۲۸۶,۸۷۵,۰۰۰	۲۵,۸۱۸,۷۵۰	۳۱۲,۶۹۳,۷۵۰	
		۲۰۰	۱۵۰۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۳۸۲,۵۰۰,۰۰۰	۳۴,۴۲۵,۰۰۰	۴۱۶,۹۲۵,۰۰۰	
	۳۰	۷۵	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۳۳۷,۵۰۰,۰۰۰	۱۵	۲۸۶,۸۷۵,۰۰۰	۲۵,۸۱۸,۷۵۰	۳۱۲,۶۹۳,۷۵۰
		۱۵۰	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۶۷۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۵۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۸,۶۰۰,۰۰۰	۵۸۸,۶۰۰,۰۰۰
		۲۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۷۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۴,۸۰۰,۰۰۰	۷۸۴,۸۰۰,۰۰۰
	۴۵	۷۵	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۵۰۶,۲۵۰,۰۰۰	۲۰	۴۰۵,۰۰۰,۰۰۰	۳۶,۴۵۰,۰۰۰	۴۴۱,۴۵۰,۰۰۰
		۱۵۰	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱,۰۱۲,۵۰۰,۰۰۰	۲۵	۷۵۹,۳۷۵,۰۰۰	۶۸,۳۳۳,۷۵۰	۸۲۷,۷۱۸,۷۵۰
		۲۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۹۴۵,۰۰۰,۰۰۰	۸۵,۰۵۰,۰۰۰	۱,۰۳۰,۰۵۰,۰۰۰
	۱۲۰	۷۵	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۹۴۵,۰۰۰,۰۰۰	۸۵,۰۵۰,۰۰۰	۱,۰۳۰,۰۵۰,۰۰۰
		۱۵۰	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۲,۷۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۱,۶۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۵,۸۰۰,۰۰۰	۱,۷۶۵,۸۰۰,۰۰۰
		۲۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۲,۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۹۴,۴۰۰,۰۰۰	۲,۳۵۴,۴۰۰,۰۰۰
شامگاهی	۱۵	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۰	۲۰۲,۵۰۰,۰۰۰	۱۸,۲۲۵,۰۰۰	۲۲۰,۷۲۵,۰۰۰	
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۳۸۲,۵۰۰,۰۰۰	۳۴,۴۲۵,۰۰۰	۴۱۶,۹۲۵,۰۰۰	
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۵,۹۰۰,۰۰۰	۵۵۵,۹۰۰,۰۰۰	
	۳۰	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۳۸۲,۵۰۰,۰۰۰	۳۴,۴۲۵,۰۰۰	۴۱۶,۹۲۵,۰۰۰
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۷۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۴,۸۰۰,۰۰۰	۷۸۴,۸۰۰,۰۰۰
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۹۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۶,۴۰۰,۰۰۰	۱,۰۴۶,۴۰۰,۰۰۰
	۴۵	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۶۷۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰	۵۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۸,۶۰۰,۰۰۰	۵۸۸,۶۰۰,۰۰۰
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵	۱,۰۱۲,۵۰۰,۰۰۰	۹۱,۱۲۵,۰۰۰	۱,۱۰۳,۶۲۵,۰۰۰
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۱,۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۱۳,۴۰۰,۰۰۰	۱,۳۷۳,۴۰۰,۰۰۰
	۱۲۰	۷۵	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۱,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰	۱,۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۱۳,۴۰۰,۰۰۰	۱,۳۷۳,۴۰۰,۰۰۰
		۱۵۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۲,۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۹۴,۴۰۰,۰۰۰	۲,۳۵۴,۴۰۰,۰۰۰
		۲۰۰	۲۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۴,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰	۲,۸۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۹,۲۰۰,۰۰۰	۳,۱۳۹,۲۰۰,۰۰۰

تبصره ۱: آگهی‌های با مدت زمان بالاتر از ۱۲۰ ثانیه، با تعرفه ۱۲۰ ثانیه محاسبه می‌شود.

تبصره ۲: جدول شماره (۳) برای قراردادهای با مدت اجرای یک ماه است. در قراردادهای با مدت زمان بیش از یک ماه، متناسب با زمان‌های قرارداد و به ازای هر ماه افزایش (برای مبلغ خالص دریافتی) معادل ۵ درصد تخفیف ریالی به نسبت مبلغ خالص دریافتی، محاسبه و اعمال خواهد شد.

تبصره ۳: مبلغ نهایی قرارداد به صورت ماهیانه تقسیط و توسط صاحبان آگهی، به حساب درآمدی متمرکز نزد خزانه‌داری کل کشور واریز می‌شود. اولین قسط هم زمان با شروع پخش و آخرین قسط تا حداکثر پنج ماه پس از پایان قرارداد دریافت و تسویه می‌شود.

تبصره ۴: در صورت پرداخت نقدی، مبلغ خالص دریافتی با ۱۵ درصد تخفیف ریالی محاسبه و اعمال می‌شود.

تبصره ۵: تعرفه نشان آگهی (آرم آگهی) با مدت ۶ ثانیه و معادل ۷۰ درصد نرخ، زمان پخش بسته درخواستی (صبح‌گاهی، عصرگاهی، شام‌گاهی) خواهد بود.

تبصره ۶: تعرفه زیر نویس و درج آگهی در سمت راست یا چپ صفحه نمایش با مدت ۱۵ ثانیه معادل ۵۰ درصد نرخ، زمان پخش بسته درخواستی (صبحگاهی، عصرگاهی، شامگاهی) خواهد بود.

تبصره ۷: پخش آگهی کالا و خدمات خارجی، حتی با نام برند ایرانی ممنوع است. ملاک تشخیص خارجی بودن کالا استعلام از وزارت صمت و سایر مراجع صالحه است.

ب- برنامه‌های مشارکتی:

ماده ۶- فرآیند پذیرش و پخش برنامه‌های مشارکتی

۱) ارائه پیشنهاد طرح برنامه مشارکتی و تبلیغات میان برنامه‌ای از طرف مشارکت به صورت مکتوب به

دبیرخانه کمیته جذب و تشخیص و ثبت در سامانه دبیرخانه

۲) تشکیل کمیته جذب و تشخیص به منظور بررسی طرح پیشنهادی و تعیین نرخ برنامه متناسب با نوع

مشارکت

۳) ارسال طرح مصوب به کمیته ارزش‌گذاری

۴) تشکیل جلسه کمیته ارزش‌گذاری به منظور تصویب طرح و تعیین نرخ برنامه مشارکتی و تبلیغات

درون برنامه‌ای و صدور مجوز تولید و پخش در شبکه

۵) ابلاغ مصوبه کمیته ارزش‌گذاری به شبکه

۶) تنظیم قرارداد برنامه مشارکتی منطبق با مصوبات کمیته و مقررات سازمان و امضا و مبادله آن

۷) اجرای مفاد قرارداد و انجام تعهدات از سوی طرفین قرارداد

تبصره: دبیرخانه کمیته جذب و تشخیص در مدیریت بازاریابی شبکه مستقر خواهد بود.

ماده ۷- ترکیب اعضای کمیته جذب و تشخیص:

— مدیر یا قائم مقام شبکه (رئیس)

— مدیر بازاریابی شبکه (دبیر)

— مدیر مالی شبکه

— مدیر اطلاعات و برنامه‌ریزی شبکه

— مدیر پخش و تأمین شبکه

— مدیر گروه برنامه‌ساز شبکه

— مدیر پشتیبانی تولید شبکه

