



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ، ارشاد و اسلامی

وزیر

شماره: ۲۵۷۳۴۸

تاریخ: ۱۳۹۹/۱۲/۹

پوست:

دستور العمل صدور مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی

مقدمه:

به استناد بند (۱۶) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب مورخ ۱۳۶۵/۱۲/۱۲ مجلس شورای اسلامی، آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب مورخ ۱۳۵۸/۱۲/۲۷ شورای انقلاب اسلامی، «سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر تبلیغات محیطی» مصوب جلسه شماره (۱۹۸) مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی، «بخشی از دستورالعمل تبلیغات محیطی کالا و خدمات» مصوب جلسه شماره (۵۷۱) مورخ ۱۳۹۱/۲/۱۲ شورای فرهنگ عمومی و در راستای اجرای مصوبه مورخ ۱۳۹۷/۶/۴ شورای راهبری توسعه مدیریت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص ساماندهی مجوزهای این وزارتخانه، «دستورالعمل صدور مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی» به شرح زیر ابلاغ می‌شود:

۱- تعاریف:

- ۱-۱- آیین‌نامه: آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب مورخ ۱۳۵۸/۱۲/۲۷ شورای انقلاب اسلامی.
- ۲-۱- کانون: کانون آگهی و تبلیغاتی، سازمان‌هایی هستند که کار آنها تنظیم، تهیه، مشاوره و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی و روابط عمومی و انجام دادن سایر خدمات برای معرفی و فروش کالا یا خدمات می‌باشد.
- ۳-۱- کانون فعال: کانونی است که براساس ارزشیابی سالیانه در یک رسته معین در حال فعالیت می‌باشد و مشمول ماده (۱۹) آیین‌نامه نشده است.
- ۴-۱- سامانه: سامانه الکترونیکی کانون‌های آگهی و تبلیغاتی به نشانی www.e-tablighat.ir که از طریق سامانه پنجره واحد خدمات الکترونیک وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به نشانی www.sso.farhang.gov.ir نیز در دسترس است.
- ۵-۱- رسانه: هرگونه ابزار، وسیله، تجهیزات، فناوری یا بستری که برای ارسال و انتقال پیام در قالب صوت، تصویر، متن و یا ترکیبی از آنها مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ مانند، رادیو، تلویزیون، نشریات، پیام‌رسان‌های مجازی و مانند آنها.
- ۶-۱- رسانه دیجیتال: رسانه مبتنی بر فناوری نوین اطلاعات و ارتباطات که تبادل یا انتشار محتوا در آنها، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد.
- ۷-۱- تبلیغات (آگهی): هرگونه اعلان و اطلاع‌رسانی برای معرفی و فروش کالا یا خدمت که به انواع زیر قابل تقسیم است:



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ، ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

۱-۷-۱- تبلیغات محیطی: هر نوع آگهی که از طریق تابلوهای تبلیغاتی محیطی منصوب در سطح شهرها، جاده‌ها و بزرگراه‌های برون‌شهری، تلویزیون‌های شهری، فرودگاه‌ها، پایانه‌های مسافربری، جایگاه‌های سوخت، ورزشگاه‌ها، میادین ورزشی و یا سایر اماکن عمومی منتشر می‌شوند.

۱-۷-۲- تبلیغات چاپی: هر نوع آگهی که در قالب برگه‌های تبلیغاتی، کارنما (کاتالوگ)، دفترک (بروشور)، دفترچه‌های راهنما، بسته‌بندی کالا، برچسب، کارت ویزیت، سررسید و مانند آنها، به چاپ می‌رسند.

۱-۷-۳- تبلیغات سمعی و بصری: هر نوع آگهی در قالب فیلم‌های تبلیغاتی کوتاه و بلند و یا مواد تبلیغاتی دیداری و شنیداری که از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری از جمله رادیو، تلویزیون، سینما، فیلم‌های نمایش خانگی، تلویزیون‌های شهری و مانند آنها پخش می‌شوند.

۱-۷-۴- تبلیغات فضای مجازی: هر نوع آگهی در قالب دیداری یا شنیداری که از رسانه‌های دیجیتال پخش و منتشر شود.

۱-۸- اداره کل: ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها.

۱-۹- دفتر تبلیغات: دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی.

۱-۱۰- کمیته مرکزی: کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور که ریاست آن با معاون امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی است و اعضای آن عبارتند از «نماینده وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی»، «مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی یا نماینده وی» و «نماینده تام‌الاختیار اتحادیه سازمان‌های تبلیغاتی».

۱-۱۱- کمیته تبلیغات استان: کمیته‌ای متشکل از «مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان» به عنوان رئیس کمیته، «کارشناس ذیربط» و «معاون استاندار یا نماینده او» که متولی تمشیت امور مربوط به کانون‌ها در سطح استان است.

۱-۱۲- متقاضی: کانون تبلیغاتی فعال که خواستار دریافت مجوز محتوای تبلیغاتی می‌باشد.

۱-۱۳- مجوز سراسری: مجوزی که برای انتشار یا پخش یک آگهی در بیش از یک استان صادر خواهد شد.

۲- شرایط لازم:

۱-۲- تبلیغات محیطی:

- کانون فعال در رسته خدمات رسانه با زیر رسته رسانه‌های محیطی یا رسته مشاوره.

۲-۲- تبلیغات چاپی:

- کانون فعال در رسته خدمات رسانه با زیر رسته رسانه‌های چاپی یا رسته مشاوره.

- کانون فعال در رسته خدمات تبلیغ یا رسته مشاوره.

۳-۲- تبلیغات سمعی و بصری:

- کانون فعال در رسته خدمات رسانه با زیر رسته رسانه‌های پخش یا رسته مشاوره.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

۲-۴- تبلیغات فضای مجازی:

کانون فعال در رسته خدمات رسانه با زیر رسته فضای مجازی یا رسته مشاوره.

۳- مدارک لازم:

۱-۳- نمونه طرح تبلیغاتی (اعم از متن، تصویر، چند رسانه‌ای و ...).

۲-۳- رایۀ مدارک و مستندات قانونی مربوط به تولید، توزیع و فروش کالا و انجام خدماتی که در آگهی درج شده‌اند.

۴- فرآیند صدور مجوز:

۱-۴- فرآیند صدور مجوز استانی:

۱-۱-۴- ثبت درخواست و بارگذاری طرح به همراه مدارک و مستندات لازم در خصوص آگهی در سامانه توسط متقاضی.

۲-۱-۴- بررسی درخواست توسط کارشناس شهرستان مربوطه حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت.

۳-۱-۴- بررسی درخواست توسط کارشناس استان مربوطه حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت.

۴-۱-۴- تأیید مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، صدور مجوز و ارسال پیامک به متقاضی.

تبصره ۱: در صورت ایراد قانونی در طرح یا مستندات ارائه شده، در هر مرحله، موضوع به متقاضی جهت اصلاح ارجاع داده خواهد شد.

تبصره ۲: در صورت رد درخواست، متقاضی می‌تواند ظرف مدت ۴۸ ساعت اعتراض خود را برای ارجاع به دفتر تبلیغات، در سامانه ثبت نماید. پس از بررسی اعتراض توسط دفتر تبلیغات، نتیجه قطعی به متقاضی اعلام خواهد شد.

تبصره ۳: در صورت کامل بودن مدارک و انطباق کامل طرح‌ها با قوانین و مقررات، ادارات کل باید حداکثر ظرف مدت ۴۸ ساعت (اداری) مجوز لازم را صادر نمایند. در غیر این صورت، متقاضی می‌تواند موضوع را به دفتر تبلیغات ارجاع و خواستار رسیدگی شود.

۲-۴- فرآیند صدور مجوز سراسری:

۱-۲-۴- ثبت درخواست مجوز سراسری و بارگذاری طرح به همراه مدارک و مستندات لازم در خصوص آگهی در سامانه توسط متقاضی در استان مربوطه.

۲-۲-۴- بررسی درخواست توسط کارشناس استان مربوطه حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت.

۳-۲-۴- ارجاع درخواست متقاضی به همراه اعلام نظر مدیرکل استان به دفتر تبلیغات.

۴-۲-۴- بررسی درخواست توسط کارشناس دفتر تبلیغات حداکثر ظرف مدت ۴۸ ساعت.

۵-۲-۴- تأیید مدیرکل دفتر تبلیغات، صدور مجوز و ارسال پیامک به متقاضی.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ، ارشاد و اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پیوست:

۴-۶- متقاضیان سایر مجوزهای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای اخذ تأییدیه محتوای تبلیغاتی مربوط به موضوع مجوز، لازم است در فرآیند ثبت تقاضای مجوز اصلی در سامانه، درخواست مربوط به محتوای تبلیغات خود را ارائه نمایند. مبادی صدور مجوز موظفند بر مبنای آن درخواست، از مرجع صدور مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی استعلام نمایند.

۵-۶- رعایت مفاد دستورالعمل ساماندهی آگهی و فعالیت های تبلیغاتی در فضای مجازی مصوب کمیته مرکزی سازمان های تبلیغاتی کشور در انتشار هرگونه محتوای تبلیغاتی و انجام فعالیت تبلیغاتی در فضای مجازی، الزامی است.

۶-۶- اخذ مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی از طریق پیامک، تابع دستورالعمل «صدور مجوز انتشار محتوای پیامکی» است.

۷- در موارد سکوت، ابهام، نقص یا اجمال در این دستورالعمل، آیین نامه و قوانین مربوطه ملاک عمل خواهد بود. مرجع رسیدگی به این امر دفتر تبلیغات است.

۸- به منظور شفافیت، جلوگیری از تبعیض و نیز اطلاع متقاضیان از تقاضاهای در نوبت، فهرست متقاضیان مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی بر روی سامانه، به صورت برخط، اطلاع رسانی می شود. تصویر مجوزهای صادر شده نیز بر روی سامانه قابل مشاهده است.

۹- این دستورالعمل در (۹) بند و (۸) تبصره در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۹ به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و از تاریخ تصویب، لازم الاجراست و از این پس مقررات، دستورالعمل ها و شیوه نامه های مغایر با این دستورالعمل ملغی و بلااثر شده و صدور مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی مطابق دستورالعمل حاضر انجام می گردد. بدیهی است، هرگونه تغییر در مفاد دستورالعمل، منوط به طی فرآیند فنی و حقوقی لازم از مبادی ذیربط (دفتر نوسازی و تحول اداری و دفتر حقوقی و مالکیت فکری) و با تأیید شورای راهبری توسعه مدیریت این وزارتخانه خواهد بود.

سید عباس حسینی