



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی

وزیر

شماره: ۲۱۷۲۹۴

تاریخ: ۱۴۰۲/۸/۴

پوست:

به نام خدا

دستورالعمل «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 جمهوری اسلامی ایران، «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 (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 جمهوری اسلامی ایران.
- ۱-۲- کانون: کانون آگهی و تبلیغاتی سازمانی است که کار آن تنظیم، تهیه، مشاوره و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی و روابط عمومی و انجام دادن سایر خدمات نظیر طراحی نام و نشان، علامت، نماد، کارنما (کاتالوگ)، دفترک (بروشور)، دفترچه راهنما، بسته بندی، پوستر، سالنامه تبلیغاتی و بازاریابی (ویزیتوری) و مانند آن، ساخت آگهی، عکاسی تبلیغاتی، تولید فیلم و انونس، تهیه برنامه‌های تبلیغاتی یکپارچه (کمپین) برای معرفی و فروش محصول، کالا یا خدمات می‌باشد.
- ۱-۳- کانون فعال: کانونی که بر اساس ارزشیابی سالانه در یک رسته معین در حال فعالیت بوده و مشمول ماده (۱۹) آئین‌نامه نشده باشد.
- ۱-۴- سامانه: سامانه الکترونیکی تبلیغات به نشانی www.E-tablighat.ir.
- ۱-۵- رسانه: هرگونه ابزار، وسیله، تجهیزات، فناوری یا بستری که برای ارسال و انتقال پیام در قالب نوشتاری، دیداری، شنیداری، گفتاری و یا ترکیبی از آنها مورد استفاده قرار می‌گیرد، مانند رادیو، تلویزیون، نشریات، پیام رسان‌های مجازی و مانند آنها.
- ۱-۶- رسانه دیجیتال: رسانه مبتنی بر فناوری نوبی اطلاعات و ارتباطات که تبادل یا انتشار محتوا در آنها، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

۷-۱- تبلیغات: ارتباط هدفمند با همگان یا گروه‌های خاص به شیوه‌های نوشتاری، گفتاری، شنیداری و دیداری که با استفاده از رسانه‌ها یا سایر ابزارها مانند رادیو و تلویزیون، مطبوعات، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و شبکه‌های خانگی، اجتماعی و فضای مجازی، تابلوهای شهری یا دیواری، نمایشگرهای محیطی، وسایل حمل و نقل، وسایل فروش، فیلم‌های سینمایی، اوراق چاپی، تلفن و رایانه برای معرفی و آگاهی‌دادن نسبت به محصول، کالا یا خدمات با هدف بازاریابی، فروش و عرضه آنها به مخاطب انجام می‌شود.

۸-۱- محتوای تبلیغاتی: هر نوع طرح به شیوه نوشتاری، گفتاری، شنیداری و دیداری که در قالب تبلیغات و آگهی توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی تهیه و به شکل‌های زیر اجرا می‌شود:

۱-۸-۱- دیداری، شنیداری و گفتاری: هر نوع محتوا در قالب فیلم‌های تبلیغاتی کوتاه و بلند و یا مواد تبلیغاتی دیداری، شنیداری و گفتاری که از طریق رسانه‌ها پخش می‌شوند.

۲-۸-۱- محیطی: هر نوع محتوا که از طریق تابلوهای تبلیغاتی محیطی منصوب در سطح شهرها، جاده‌ها و بزرگراه‌های برون شهری، تلویزیون‌های شهری، فرودگاهها، پایانه‌های مسافربری، جایگاه‌های سوخت، ورزشگاهها، میادین ورزشی، وسایل حمل و نقل یا سایر اماکن عمومی منتشر می‌شوند.

۳-۸-۱- چاپی: هر نوع محتوا که در قالب آگهی، برگه‌های تبلیغاتی، کارنما (کاتالوگ)، دفترک (بروشور)، دفترچه‌های راهنما، ساک و کیف، بسته بندی کالا، برچسب، سالنامه تبلیغاتی و بازاریابی (ویزیتوری) و مانند اینها منتشر می‌شوند.

۴-۸-۱- فضای مجازی: هر نوع محتوا در قالب دیداری، گفتاری یا شنیداری که از رسانه‌های دیجیتال پخش و منتشر شود.

۹-۱- آگهی: هرگونه اعلان و اطلاع‌رسانی برای معرفی و فروش محصول، کالا یا خدمات که از طریق رسانه پخش و منتشر می‌شود.

۱۰-۱- دفتر تبلیغات: دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی.

۱۱-۱- اداره کل: ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها.

۱۲-۱- 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».

۱۳-۱- کمیته تبلیغات استان: کمیته متشکل از «مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان» به عنوان رئیس کمیته، «کارشناس ذریبط» و «معاون استاندار یا نماینده او» که متولی تمثیت امور مربوط به کانون‌ها در سطح استان است.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

۱-۱۴- متقاضی: کانون تبلیغاتی فعال یا شخص متقاضی حقیقی یا حقوقی که خواستار دریافت مجوز محتوای تبلیغاتی می باشد.

۱-۱۵- مجوز استانی: مجوزی که برای انتشار یا پخش محتوای تبلیغاتی تنها در یک استان صادر می شود.

۱-۱۶- مجوز سراسری: مجوزی که برای انتشار یا پخش محتوای تبلیغاتی در بیش از یک استان صادر می شود.

۲. شرایط لازم:

۱-۲- تبلیغات دیداری، شنیداری و گفتاری:

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

۲-۲- تبلیغات محیطی:

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

۳-۲- تبلیغات چاپی:

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

- کانون فعال در رسته خدمات تبلیغ یا رسته مشاوره.

۴-۲- تبلیغات فضای مجازی:

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

۲-۵- متقاضی حقیقی یا حقوقی (غیر کانون): داشتن پروانه فعالیت معتبر از مراجع ذیربط برای دریافت

مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی در فضای مجازی، چاپی و همچنین دیداری، شنیداری و گفتاری

۳. مدارک لازم:

۱- نمونه طرح تبلیغاتی یا آگهی (اعم از متن، تصویر، چند رسانه ای و ...).

۲- ارائه مدارک و مستندات قانونی مربوط به تولید، توزیع و فروش محصول، کالا و انجام خدماتی که در طرح تبلیغاتی یا آگهی درج شده اند.

۴. فرآیند صدور مجوز:

۴-۱- فرآیند صدور مجوز استانی:

۴-۱-۱- ثبت درخواست و بارگذاری طرح به همراه مدارک و مستندات لازم درخصوص محتوای تبلیغاتی

در سامانه توسط متقاضی



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

- ۴-۱-۲- بررسی درخواست توسط کارشناس شهرستان مربوطه حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت.
- ۴-۱-۳- 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 می تواند 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 طرح ها با قوانین و مقررات، ادارات کل باید حداکثر ظرف مدت ۴۸ ساعت (اداری) مجوز لازم را صادر نمایند. در غیر این صورت، متقاضی می تواند موضوع را به دفتر تبلیغات ارجاع و خواستار رسیدگی شود.
- ۴-۲- فرآیند صدور مجوز سراسری:
- ۴-۲-۱- ثبت درخواست مجوز سراسری و بارگذاری طرح به همراه مدارک و مستندات لازم درخصوص محتوای تبلیغاتی در سامانه توسط متقاضی در استان مربوطه.
- ۴-۲-۲- بررسی درخواست توسط کارشناس استان مربوطه حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت.
- ۴-۲-۳- 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.
- ۴-۲-۵- تأیید مدیرکل دفتر تبلیغات، 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 توسط دفتر تبلیغات، متقاضی می تواند ظرف مدت ۴۸ ساعت اعتراض خود را برای ارجاع به دفتر تبلیغات در سامانه ثبت نماید. پس از بررسی اعتراض توسط دفتر تبلیغات، نتیجه به متقاضی اعلام می شود. در صورت اعتراض مجدد، موضوع در کمیته مرکزی طرح و نتیجه قطعی اعلام خواهد شد.
- تبصره ۳: در صورت کامل بودن مدارک و انطباق کامل طرح ها با قوانین و مقررات، دفتر تبلیغات باید حداکثر ظرف مدت ۴۸ ساعت (اداری) مجوز لازم را صادر نماید.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

۵. مرجع صادر کننده مجوز:

ادارات کل مرجع صدور مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی در استان مربوطه هستند و درخصوص مجوزهای سراسری، مرجع صدور مجوز، دفتر تبلیغات است.

۶. سایر مقررات:

۶-۱- صدور مجوز برای هر نوع آگهی و محتوای تبلیغاتی منوط به رعایت کلیه قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور، از جمله مفاد ماده (۱۲)

آیین نامه و همچنین سایر ضوابط و مقررات در حوزه انتشار آگهی، به ویژه مقررات مذکور در مقدمه این دستورالعمل و ماده واحده ممنوعیت تبلیغ سفرهای خارجی مصوب جلسه شماره (۵۷۵) شورای فرهنگ عمومی، قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه مصوب سال ۱۳۷۵ مجلس شورای اسلامی و آیین نامه اجرایی آن مصوب سال ۱۳۹۴، آیین نامه اجرایی ماده (۷) قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب سال ۱۳۹۱ و مطابق ماده ۱۷ آیین نامه موضوع مصوبات کمیته مرکزی سازمانهای تبلیغاتی کشور است.

۶-۲- محتوای تبلیغاتی تأیید شده، باید بدون هیچ گونه تغییر در مفاد آن، اجرا، انتشار یا نمایش داده شود. تبصره: چنانچه پس از صدور مجوز، عدم اصالت مستندات و مدارک ارائه شده احراز شود، مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی ابطال و از ادامه انتشار آن جلوگیری خواهد شد.

۶-۳- مسئولیت محتوای تبلیغاتی و اجرای آن در چارچوب قوانین و دستورالعمل های مربوطه، بر عهده دارنده مجوز است. ادارات کل ناظر به حسن اجرای قوانین و مقررات تبلیغات بوده و در صورت احراز تخلف، برابر مقررات برخورد خواهند کرد.

تبصره: رسیدگی به تخلفات در کمیته استان انجام می شود و در موارد مشخص شده در آیین نامه، از سوی ادارات کل به کمیته مرکزی ارجاع خواهد شد.

۶-۴- 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 تبلیغاتی خود را ارائه نمایند. مبادی صدور مجوز موظفند بر مبنای آن درخواست، از مرجع صدور مجوز انتشار محتوای تبلیغاتی استعلام نمایند.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ، ارشاد اسلامی

وزیر

شماره:

تاریخ:

پوست:

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 ۱۴۰۲/۰۸/۰۱ به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و جایگزین دستورالعمل شماره ۲۵۷۳۴۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۹ شد و از تاریخ تصویب، لازم الاجراست. 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 شود. بدیهی است، هرگونه تغییر در مفاد دستورالعمل، منوط به طی فرآیند فنی و حقوقی لازم از مبادی ذریبط (دفتر نوسازی و تحول اداری و دفتر حقوقی و امور مالکیت فکری) و با تأیید شورای راهبری توسعه مدیریت این وزارتخانه خواهد بود.

محمد مهدی اسماعیلی

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی