موسسه حقوقی آوای عدالت سروش

آیین نامه ساماندهی تبلیغات کالاها و خدمات موضوع ماده (۸)قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور

– :– –:–= شماره ۸۳۹۸۳/ت۵۲۲۰۷هـ ۱۳۹۴/۶/۲۹

وزارت صنعت، معدن و تجارت ـ وزارت امور اقتصادی و دارایی ـ وزارت امور خارجه

وزارت جهاد کشاورزی ـ وزارت دادگستری ـ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

وزارت کشور ـ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ـ سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

سازمان ملی استاندارد ایران

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

هیأت وزیران در جلسه ۱۳۹۴/۶/۸ به پیشنهاد وزارتخانه های صنعت، معدن و تجارت، جهادکشاورزی، ارتباطات و فناوری اطلاعات، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کشور و سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و به استناد ماده (۸) قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور ـ مصوب۱۳۹۴ـ آیین نامه ساماندهی تبلیغات کالاها و خدمات موضوع ماده (۸) قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور را به شرح زیر تصویب کرد:

آیین نامه ساماندهی تبلیغات کالاها و خدمات موضوع ماده (۸)قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور

ماده۱ـ در این آیین نامه اصطلاحات زیر در معانی مشروح مربوط به کار می روند:

الف ـ نشان (برند) تجاری: نام، نماد، نشانه، طرح، شعار، علامت و آدرس وبگاه و یا ترکیبی از آنها که متعلق به یک محصول (کالا و خدمات) و یا بنگاه است و موجب شناسایی و تمایز آن از سایر محصولات، خدمات و یا بنگاه ها و همچنین انتقال یک مفهوم یا احساس به مخاطب می شود.

ب ـ نشان (برند) تجاری داخلی: آن دسته از نشان (برند)های مربوط به کالاها و خدماتی که در داخل تولید می شود.

پ ـ تبلیغات: ارتباط هدفمند با همگان یا گروه خاص که با استفاده از رسانه ها یا ابزارهای گوناگون از قبیل صدا و سیما، مطبوعات، تابلوهای شهری یا دیواری، وسایل حمل و نقل همگانی، فیلم های سینمایی، اوراق چاپی، تلفن و رایانه برای آگاهی دادن نسبت به کالا یا خدمت در جهت بازاریابی و عرضه آنها انجام می گیرد.

ت ـ دستگاه های اجرایی: دستگاه های موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری

ماده۲ـ وزارت صنعت، معدن و تجارت مکلف است به منظور توسعه، ترویج و تبلیغ نشان(برند)های تجاری داخلی در بازارهای داخلی و خارجی و با هدف افزایش رقابت پذیری کالاها و خدمات ایرانی، تشویق تولیدکنندگان و صادرکنندگان با نشان برتر نسبت به انجام موارد زیر اقدام کند:

الف ـ تهیه پیش نویس دستورالعمل های ترویج و فرهنگ سازی موضوعات مرتبط با نشان(برند) تجاری و ارایه آن به کمیسیون موضوع ماده (۳) این آیین نامه برای تصویب.

ب ـ پیشنهاد بسته های حمایتی و تشویقی با اولویت نشان(برند)های تجاری صادراتی به کمیسیون موضوع ماده (۳) این آیین نامه برای تصویب.

پ ـ شناسایی خلأهای موجود در قوانین، مقررات، رویه های موجود و تدوین راهکارها و پیشنهادهای لازم و ارایه به مراجع ذی ربط.

ت ـ تدوین و ابلاغ شاخص های انتخاب نشان(برند)های تجاری برتر و ضوابط اعطای نشان(برند) تجاری عالی داخلی.

ث ـ انتخاب، معرفی و تشویق نشان (برند)های تجاری برتر داخلی به صورت سالیانه.

ج ـ اعطای نشان(برند) تجاری عالی داخلی به نشان(برند)های تجاری برگزیده از میان نشان(برند)های تجاری برتر داخلی.

چ ـ حمایت از تبلیغات نشان (برند)های تجاری منتخب داخلی در بازارهای خارجی.

ماده۳ـ کمیسیون ملی نشان(برند) تجاری که در این آیین نامه به اختصار «کمیسیون» نامیده می شود با عضویت وزارتخانه های صنعت، معدن و تجارت (رئیس)، جهاد کشاورزی، امور خارجه، دادگستری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان های ملی استاندارد ایران و ثبت اسناد و املاک کشور، (حداقل در سطح مدیرکل) و رؤسای اتاق های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تعاون ایران تشکیل می شود.

تبصره۱ـ دبیرخانه کمیسیون در وزارت صنعت، معدن و تجارت تشکیل می شود و حسب مورد از سایر دستگاه های اجرایی ذی ربط برای شرکت در جلسات با حق رأی دعوت به عمل می آید.

تبصره۲ـ کمیسیون مکلف است ظرف سه ماه از تاریخ لازم الاجراشدن این آیین نامه، دستورالعمل و بسته های تشویقی موضوع بندهای (الف) و (ب) ماده (۲) را که توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت پیشنهاد می شود، بررسی و تصویب کند.

ماده۴ـ به منظور ساماندهی و حمایت از تبلیغات تولیدکنندگان و صادرکنندگان با نشان(برند)های تجاری برتر در خارج از کشور و توسعه بازارهای صادراتی، سازمان توسعه تجارت ایران مکلف است نسبت به انجام موارد زیر اقدام کند:

الف ـ حمایت از تبلیغات بنگاه های ایرانی در محیط های نمایشگاهی و مراکز تجاری خارج کشور.

ب ـ شناسایی قوانین و مقررات مخل سهولت تبلیغات نشان(برند)های تجاری داخلی در بازارهای خارج از کشور و ارایه پیشنهادات اصلاحی.

پ ـ حمایت از ثبت بین المللی نشان(برند)های تجاری داخلی با هدف جلوگیری از سواستفاده های احتمالی از نشان(برند)های تجاری داخلی در سطح بین المللی.

ت ـ حمایت از ساخت و پخش تبلیغات رسانه ای نشان(برند)های تجاری داخلی در رسانه های کشورهای هدف.

ث ـ کمک به حضور نشان(برند)های تجاری برتر داخلی در پذیرش و اعزام هیأت های تجاری به خارج از کشور.

ج ـ کمک به ایجاد دفاتر بازرگانی و مراکز تجاری در خارج از کشور برای نشان(برند)های تجاری برتر داخلی.

چ ـ همکاری در برگزاری نمایشگاه های تخصصی و اختصاصی از نشان(برند)های تجاری برتر داخلی در خارج از کشور.

تبصره ـ فهرست نشان(برند)های تجاری برتر داخلی هرساله پس از انتخاب از سوی سازمان توسعه تجارت ایران، منتشر و اطلاع رسانی خواهدشد.

ماده۵ ـ وزارت صنعت، معدن و تجارت مکلف است به منظور ساماندهی تبلیغات نشان(برند)های تجاری داخلی در داخل کشور و با هدف ترویج فرهنگ تغذیه سالم، حفظ محیط زیست، جلوگیری از تجمل گرایی و محدودسازی تبلیغ کالاهای خارجی و ترویج فرهنگ مصرف کالاهای داخلی، نسبت به انجام موارد زیر اقدام کند:

الف ـ حمایت از ساخت برنامه های مشارکتی در رسانه ملی جهت ترویج تغذیه سالم، حفظ محیط زیست، جلوگیری از تجمل گرایی و ترویج مصرف کالاهای با کیفیت ایرانی در سطح جامعه با همکاری و هماهنگی رسانه ملی.

ب ـ حمایت از نشان(برند)های تجاری منتخب داخلی و اعمال تخفیفات حداکثری در تعرفه های موردعمل از سوی کلیه رسانه های تحت مدیریت دستگاه های اجرایی.

پ ـ اعمال حمایت های تبلیغاتی از طریق دستگاه های اجرایی مسئول تولید کالا و یا ارایه خدمات جهت اجرای برنامه های ترویجی نشان(برند)های تجاری منتخب موضوع این آیین نامه از طریق سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران از محل اعتبارات مصوب مربوط.

ت ـ تأمین نیازهای اداری و ملزومات مصرفی کلیه دستگاه های اجرایی و سازمان های عمومی از تولیدات داخلی و تشویق و تسهیل خرید کالاهای با کیفیت ایرانی در سطح جامعه.

تبصره ـ مرجع تشخیص و تعیین کالاهای موضوع بند (ت) وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

ث ـ پوشش و انعکاس رسانه ای توانمندی های بخش های تولیدی و خدماتی کشور.

ج ـ آگاهی بخشی و معرفی کالاهای داخلی با کیفیت در مقایسه با مشابه خارجی.

چ ـ حمایت از محصولات داخلی مبتنی بر فعالیت های تحقیق و توسعه، دارای دانش فنی پیشرفته و گواهینامه ثبت اختراع (پتنت).

ح ـ محدودیت تبلیغات کالاهای خارجی و غیرضرور در سطح رسانه های تحت مدیریت دستگاه های اجرایی.

خ ـ ممنوعیت دریافت هرگونه وجه و تحت هر عنوان بابت فعالیت های تبلیغاتی بر روی وسایط حمل و نقل اختصاصی به دارندگان نشان(برند) تجاری برتر از سوی شهرداری ها و یا سایر سازمان ها و نهادها.

ماده۶ ـ به منظور اتخاذ تصمیم و اجرای اقدامات موضوع ماده (۵)، کمیسیون ساماندهی تبلیغات با عضویت وزارتخانه های صنعت، معدن و تجارت (رئیس)، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کشور، دادگستری، ارتباطات و فناوری اطلاعات، جهاد کشاورزی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان های ملی استاندارد ایران و صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران تشکیل می شود.

تبصره ـ دبیرخانه کمیسیون ساماندهی تبلیغات در وزارت صنعت، معدن و تجارت تشکیل می شود.

ماده۷ـ دستگاه های اجرایی ذی ربط موضوع این آیین نامه هر شش ماه یکبار ملزم به ارایه گزارش از اقدامات خود در حوزه ساماندهی تبلیغات و حمایت از نشان(برند)های تجاری داخلی به وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشند.

ماده۸ ـ تصمیم نامه شماره ۵۲۴۸۵/ت۴۴۷۷۲ن مورخ ۱۳۸۹/۴/۲۶ لغو می شود.

معاون اول رئیس‌جمهور ـ اسحاق جهانگیری/

منبع : سایت مجلس شورای اسلامی