

# موسسه حقوقی آوای عدالت سرش

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

۱۳۹۴/۶/۲۹

شماره ۸۳۹۸۳/ت۲۰۷/۵۲ هـ

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

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

وزارت کشور - وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

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

سازمان ملی استاندارد ایران

سازمان صدا و سیما 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 سیما جمهوری اسلامی ایران و به استناد ماده (۸) قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور - مصوب ۱۳۹۴ - 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

ماده ۱- در این آیین نامه اصطلاحات زیر در معانی مشروح مربوط به کار می روند:

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

پ - 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 - دستگاه های اجرایی: دستگاه های موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری

ماده ۲- 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 - 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 - پیشنهاد بسته های حمایتی و تشویقی با اولویت نشان (برند)های تجاری صادراتی به کمیسیون موضوع ماده (۳) این آیین نامه برای تصویب.

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

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

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

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

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

ماده ۳- 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.

تبصره ۱- 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 رای دعوت به عمل می آید.

تبصره ۲- کمیسیون مکلف است ظرف سه ماه از تاریخ لازم الاجرا شدن 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.

ماده ۴- 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 - حمایت از تبلیغات بنگاه های ایرانی در محیط های نمایشگاهی و مراکز تجاری خارج کشور.

ب - شناسایی قوانین و مقررات محل سهولت تبلیغات نشان(برند)های تجاری داخلی در بازارهای خارج از کشور و ارائه پیشنهادات اصلاحی.

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

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

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

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

تبصره - فهرست نشان(برند)های تجاری برتر داخلی هر ساله پس از انتخاب از سوی سازمان توسعه تجارت ایران، منتشر و اطلاع رسانی خواهد شد.

ماده ۵ - 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 - 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 - 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 - اعمال حمایت های تبلیغاتی از طریق دستگاه های اجرایی مسئول تولید کالا و یا ارائه خدمات جهت اجرای برنامه های ترویجی نشان(برند)های تجاری منتخب موضوع این آیین نامه از طریق سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از محل اعتبارات مصوب مربوط.

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

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

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

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

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

خ - 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.

ماده ۶ - 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 سیما جمهوری اسلامی ایران تشکیل می شود.

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

ماده ۷- دستگاه های اجرایی ذی ربط موضوع این آیین نامه هر شش ماه یکبار ملزم به ارائه گزارش از اقدامات خود در حوزه ساماندهی تبلیغات و حمایت از نشان(برند)های تجاری داخلی به وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشند.

ماده ۸ - تصمیم نامه شماره ۵۲۴۸۵/ت۴۴۷۷۲ن مورخ ۱۳۸۹/۴/۲۶ لغو می شود.

معاون اول رئیس جمهور - اسحاق جهانگیری /

منبع : سایت مجلس شورای اسلامی