

۸۳۹۸۲/ت ۵۵۲۲۰۷هـ

شماره
تاریخ ۱۳۹۴/۶/۲۹

بسمه تعالی
"با صلوات بر محمد و آل محمد"

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

هیئت وزیران در جلسه ۱۳۹۴/۶/۸ به پیشنهاد وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی، 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 می‌روند:
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 بنگاه‌ها و همچنین انتقال یک مفهوم یا احساس به مخاطب می‌شود.
ب - نشان (برند) تجاری داخلی: آن دسته از نشان (برند)های مربوط به کالاها و خدماتی که در داخل تولید می‌شود.

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

۸۳۹۸۳/ت ۵۵۲۲۰۷هـ

شماره
تاریخ ۱۳۹۴/۶/۲۹

جمهوری اسلامی ایران
رئیس جمهور
تصویب نامه هیأت وزیران

ت- دستگاه‌های اجرایی: دستگاه‌های 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 رقابت‌پذیری کالاها و خدمات ایرانی، تشویق تولیدکنندگان و صادرکنندگان با نشان برتر نسبت به انجام موارد زیر اقدام کند:

الف - تهیه پیش‌نویس دستورالعمل‌های ترویج و فرهنگ سازی موضوعات مرتبط با نشان (برند) تجاری و آرایه آن به کمیسیون موضوع ماده (۳) این آیین‌نامه برای تصویب.
ب - پیشنهاد بسته‌های حمایتی و تشویقی با اولویت نشان(برند)های تجاری صادراتی به کمیسیون موضوع ماده (۳) این آیین‌نامه برای تصویب.
پ- شناسایی خلأهای موجود در قوانین، مقررات، رویه‌های موجود و تدوین راهکارها و پیشنهادهای لازم و آرایه به مراجع ذی‌ربط.
ت- تدوین و ابلاغ شاخص‌های 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 آیین‌نامه به اختصار "کمیسیون" نامیده می‌شود با عضویت وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت (رییس)، جهاد کشاورزی، امور خارجه، دادگستری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان‌های ملی استاندارد ایران و ثبت اسناد و املاک کشور، (حداقل در سطح مدیر کل) و رؤسای اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تعاون ایران تشکیل می‌شود.

تبصره ۱- دبیرخانه کمیسیون در وزارت صنعت، معدن و تجارت تشکیل می‌شود و حسب مورد از سایر دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط برای شرکت در جلسات با حق رأی دعوت به عمل می‌آید.
تبصره ۲- کمیسیون مکلف است ظرف سه ماه از تاریخ لازم‌الاجرا شدن این آیین‌نامه، دستورالعمل و بسته‌های تشویقی موضوع بندهای (الف) و (ب) ماده (۲) را که توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت پیشنهاد می‌شود، 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:

۸۳۹۸۳/۵۲۲۰۷هـ

شماره.....

تاریخ ۱۳۹۴/۶/۲۹

 جمهوری اسلامی ایران
 رئیس جمهور
 تصویب نامه هیأت وزیران

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 بنگاه‌های ایرانی در محیط‌های 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 بین‌المللی نشان(برند)های تجاری داخلی با هدف جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی از نشان(برند)های تجاری داخلی در سطح بین‌المللی.

ت - حمایت از ساخت و پخش تبلیغات رسانه‌ای نشان(برند)های تجاری داخلی در رسانه‌های کشورهای هدف.

ث - کمک به حضور نشان(برند)های تجاری برتر داخلی در پذیرش و اعزام هیئت‌های 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 نمایشگاه‌های 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 اطلاع‌رسانی 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 تجمل‌گرایی و محدودسازی تبلیغ کالاهای خارجی و ترویج فرهنگ مصرف کالاهای داخلی، نسبت به انجام موارد زیر اقدام کند:

الف - حمایت از ساخت برنامه‌های مشارکتی در رسانه ملی جهت ترویج تغذیه سالم، حفظ محیط زیست، جلوگیری از تجمل‌گرایی 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 تعرفه‌های مورد عمل از سوی کلیه رسانه‌های تحت مدیریت دستگاه‌های اجرایی.

پ - اعمال حمایت‌های تبلیغاتی از طریق دستگاه‌های اجرایی مسئول تولید کالا و یا ارائه خدمات جهت اجرای برنامه‌های ترویجی نشان(برند)های تجاری منتخب موضوع این آیین‌نامه از طریق سازمان صدا و سیما و جمهوری اسلامی ایران از محل اعتبارات مصوب مربوط.

۸۳۹۸۳/ت ۵۲۲۰۷هـ

شماره
تاریخ ۱۳۹۰/۰۶/۰۴

 جمهوری اسلامی ایران
رئیس جمهور
تصویب نامه هیأت وزیران

ت - تأمین نیازهای اداری و ملزومات مصرفی کلیه دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های 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 رسانه‌ای توانمندی‌های بخش‌های 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 فعالیت‌های تحقیق و توسعه، دارای دانش فنی پیشرفته و گواهی‌نامه ثبت اختراع (پتنت).

ح - محدودیت تبلیغات کالاهای خارجی و غیر ضرور در سطح رسانه‌های تحت مدیریت دستگاه‌های اجرایی.

خ - ممنوعیت دریافت هرگونه وجه و تحت هر عنوان بابت فعالیت‌های تبلیغاتی بر روی وسایل حمل و نقل اختصاصی به دارندگان نشان (برند) تجاری برتر از سوی شهرداری‌ها و یا سایر سازمان‌ها و نهادها.

ماده ۶ - به منظور اتخاذ تصمیم و اجرای اقدامات موضوع ماده (۵)، کمیسیون ساماندهی تبلیغات با عضویت وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت (رئیس)، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کشور، دادگستری، ارتباطات و فناوری اطلاعات، جهاد کشاورزی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان‌های ملی استاندارد ایران و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران تشکیل می‌شود.
تبصره - دبیرخانه کمیسیون ساماندهی تبلیغات در وزارت صنعت، معدن و تجارت تشکیل می‌شود.

ماده ۷ - دستگاه‌های اجرایی ذی ربط موضوع این آیین‌نامه 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 می‌باشند.

ماده ۸ - تصمیم‌نامه شماره ۵۲۴۸۵/ت ۴۴۷۷۲ ان مورخ ۱۳۸۹/۴/۲۶ لغو می‌شود.

اسحاق جهانگیری
معاون اول رئیس جمهور

رونوشت به دفتر مقام معظم رهبری، دفتر رئیس جمهور، دفتر رئیس قوه قضاییه، دفتر معاون اول رئیس جمهور، دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت حقوقی رئیس جمهور، معاونت امور مجلس رئیس جمهور، معاونت اجرایی رئیس جمهور، دیوان محاسبات کشور، دیوان عدالت اداری، سازمان بازرسی کل کشور، معاونت قوانین مجلس شورای اسلامی، امور تدوین، تنقیح و انتشار قوانین و مقررات، کلیه وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات دولتی، نهادهای انقلاب اسلامی، روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران، دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت و دفتر هیئت دولت ابلاغ می‌شود.

۸۳۹۸۳/ت ۵۲۲۰۷هـ

شماره
تاریخ ۱۳۹۴/۶/۲۹

 جمهوری اسلامی ایران
 رئیس جمهور
 تصویب نامه هیأت وزیران

ت - تأمین نیازهای اداری و ملزومات مصرفی کلیه دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های 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 رسانه‌ای توانمندی‌های بخش‌های 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 فعالیت‌های تحقیق و توسعه، دارای دانش فنی پیشرفته و گواهی‌نامه ثبت اختراع (پتنت).
 ح - محدودیت تبلیغات کالاهای خارجی و غیرضرور در سطح رسانه‌های تحت مدیریت دستگاه‌های اجرایی.
 خ - ممنوعیت دریافت هرگونه وجه و تحت هر عنوان بابت فعالیت‌های تبلیغاتی بر روی وسایط حمل و نقل اختصاصی به دارندگان نشان (برند) تجاری برتر از سوی شهرداری‌ها و یا سایر سازمان‌ها و نهادها.

ماده ۶ - به منظور اتخاذ تصمیم و اجرای اقدامات موضوع ماده (۵)، کمیسیون ساماندهی تبلیغات با عضویت وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت (رییس)، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کشور، دادگستری، ارتباطات و فناوری اطلاعات، جهاد کشاورزی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان‌های ملی استاندارد ایران و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران تشکیل می‌شود.
تبصره - دبیرخانه کمیسیون ساماندهی تبلیغات در وزارت صنعت، معدن و تجارت تشکیل می‌شود.

ماده ۷ - دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط موضوع این آیین‌نامه 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 می‌باشند.

ماده ۸ - تصمیم‌نامه شماره ۵۲۴۸۵/ت ۴۴۷۷۲ن مورخ ۱۳۸۹/۴/۲۶ لغو می‌شود.

اسحاق جهانگیری
معاون اول رئیس جمهور

رونوشت با توجه به اصل ۱۳۸ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران برای اطلاع ریاست محترم مجلس شورای اسلامی ارسال می‌شود.

اسحاق جهانگیری
معاون اول رئیس جمهور