

تعرفه

۱- جدول نرخ پایه آگهی در شبکه های تلویزیونی:

جدول زیر به عنوان تعرفه پایه آگهی برای همه شبکه های تلویزیونی لازم الاجرا می باشد:

طبقه	قیمت پایه آگهی (قبل و بعد)ثانیه ریال	طبقه	قیمت پایه آگهی (قبل و بعد) ثانیه، ریال
۱	۲۰/۰۰۰	۲	۲۵/۰۰۰
۳	۵۰/۰۰۰	۴	۱۰۰/۰۰۰
۵	۱۵۰/۰۰۰	۶	۲۰۰/۰۰۰
۷	۳۰۰/۰۰۰	۸	۴۰۰/۰۰۰
۹	۵۰۰/۰۰۰	۱۰	۶۰۰/۰۰۰
۱۱	۷۵۰/۰۰۰	۱۲	۹۰۰/۰۰۰
۱۳	۱/۰۵۰/۰۰۰	۱۴	۱/۲۰۰/۰۰۰
۱۵	۱/۴۰۰/۰۰۰	۱۶	۱/۵۰۰/۰۰۰
۱۷	۱/۷۰۰/۰۰۰	۱۸	۱/۹۰۰/۰۰۰
۱۹	۲/۰۰۰/۰۰۰	۲۰	۲/۳۰۰/۰۰۰
۲۱	۲/۴۰۰/۰۰۰	۲۲	۲/۷۰۰/۰۰۰
۲۳	۳/۰۰۰/۰۰۰	۲۴	۳/۲۰۰/۰۰۰
۲۵	۳/۵۰۰/۰۰۰	۲۶	۳/۸۰۰/۰۰۰

*تعرفه آگهی خارجی سه برابر جدول تعرفه پایه محاسبه می گردد.

۲- جدول ضرائب ماههای سال :

با توجه به اینکه برنامه های صدا و سیما در ماههایی از سال با نسبتی از بیننده مواجه است لذا ضرائب ماهانه به شرح جدول ذیل در نظر گرفته شده است . تا نسبت به جدول پایه اعمال شود .



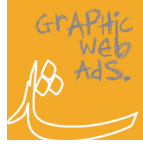
این ضرائب شامل کالاهای داخلی . خارجی . تحت لیسانس . و تولید مشترک می شود .

ردیف	ماههای سال ۸۶	درصد افزایش
۱	فروردین ماه	صفر
۲	اردیبهشت ماه	۱۰٪
۳	خرداد ماه	۱۰٪
۴	تیر ماه	۱۰٪
۵	مرداد ماه	۱۵٪
۶	شهریور ماه	۲۰٪
۷	مهر ماه	۳۰٪
۸	آبان ماه	۳۰٪
۹	آذر ماه	۳۰٪
۱۰	دی ماه	۴۰٪
۱۱	بهمن ماه	۵۰٪
۱۲	آسفند ماه	۵۰٪

۲ - ضریب محاسبه آگهی خارجی - مشترک - تحت لیسانس

تعرفه آگهی های خارجی سه برابر تعرفه داخلی محاسبه می شود.

ب- آگهی تولید مشترک با تعرفه ۱/۵ برابر محاسبه می شود مانند : خودرو پژو تولید مشترک ایران خودرو با فرانسه .



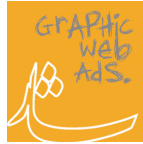
ج- آگهی تحت لیسانس با تعرفه ۱/۳ برابر محاسبه می شود مانند جارو برقی پارس خزر تحت لیسانس بوش المان . چنانچه نام کالای تحت لیسانس خارجی باشد با تعرفه ۱/۵ برابر محاسبه خواهد شد.

د- در صورتیکه در یک آگهی دو کالا معرفی شود (با تشخیص اداره کل بازرگانی) . تعرفه کالای گرانتر ملاک محاسبه خواهد بود.

ع- نرخ انواع آگهی:

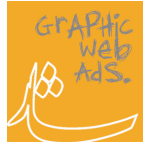
- ✓ رپرتاژ: معادل ۷۵% نرخ طبقه از همان برنامه محاسبه می شود .
 - ✓ حک ارم: معادل نرخ طبقه قبل از همان برنامه محاسبه می شود .
 - ✓ تقدیم برنامه : نرخ تقدیم برنامه از همان برنامه محاسبه می شود .
 - ✓ زیر نویس: نرخ زیر نویس معادل نرخ طبقه قبل از همان برنامه محاسبه می شود.
 - ✓ نرخ آگهی: بین برنامه معادل دو برابر نرخ طبقه قبل از همان برنامه محاسبه می شود.
- ۲- امتیاز حضور اولین بار :

جهت حکایت از کار افرینان به صاحبان کالاها و خدماتی که برای اولین بار اقدام به انعقاد قرارداد جهت پخش آگهی نمایند ۳۰% امتیاز اضافه پخش برای اولین بار است که صاحب آگهی از اول سال ۱۳۸۰ تا کنون در رسانه ملی پخش آگهی نداشته باشد .



۵- جدول درصد اضافه پخش قراردادهای پخش پیام بازرگانی بر مبنای بودجه ماهانه

بودجه به میلیون ریال	درصد اضافه پخش	جمع پخش به ریال	درصد تخفیف ریالی
۶۲۰۰	۵۲/۸۵	۹۵۳/۸۰/۰۰۰/۰۰	۳۵
۵۷۰۰	۵۱/۵۲	۸۶۳/۶۶۴/۰۰۰۰	۳۴
۵۲۰۰	۴۹/۲۵	۷۷۶/۱۰۰/۰۰۰۰	۳۳
۴۷۰۰	۴۷/۰۶	۶۹۱/۱۸۲/۰۰۰۰	۳۲
۴۲۰۰	۴۴/۹۳	۶۰۸/۷۰۶/۰۰۰۰	۳۱
۳۸۰۰	۴۲/۸۶	۵۴۲/۸۶۸/۰۰۰۰	۳۰
۳۴۰۰	۴۰/۸۵	۴۷۸/۸۹۰/۰۰۰۰	۲۹
۳۲۰۰	۳۸/۸۹	۴۴۴/۴۴۸/۰۰۰۰	۲۸
۳۰۰۰	۳۷/-	۴۱۱/۰۰۰/۰۰۰۰	۲۷
۲۶۰۰	۳۵/۱۴	۳۰۶/۶۵۹/۰۰۰۰	۲۶
۲۳۰۰	۳۳/۳۳	۱۶۰/۲۶۳/۰۰۰۰	۲۵
۲۰۰۰	۳۱/۵۸	۲۲۰/۷۷۹/۰۰۰۰	۲۴
۱۷۰۰	۲۹/۸۷	۱۷۹/۴۹۴/۰۰۰۰	۲۳
۱۴۰۰	۲۸/۲۱	۱۵۱/۸۹۶/۰۰۰۰	۲۲
۱۲۰۰	۲۶/۵۸	۱۲۵/۰۰۰/۰۰۰۰	۲۱
۱۰۰۰	۲۵	۹۸/۷۶۸/۰۰۰۰	۲۰
۸۰۰	۲۳/۴۶	۷۳/۱۷۰/۰۰۰۰	۱۹
۶۰۰	۲۱/۹۵	۶۰/۲۴۰/۰۰۰۰	۱۸
۵۰۰	۲۰/۴۸	۴۷/۶۲۰/۰۰۰۰	۱۷
۴۰۰	۱۹/۰۵	۳۵/۲۹۵/۰۰۰۰	۱۶



۱۵	۲۳/۲۵۶/۰۰۰۰	۱۷/۶۵	۳۰۰
۱۴	۲۳/۲۴۱/۰۰۰۰	۱۶/۲۸	۲۰۰
۱۳	۱۷/۲۴۱/۰۰۰۰	۱۴/۹۴	۱۵۰
۱۲	۱۱/۳۶۴/۰۰۰۰	۱۳/۶۴	۱۰۰
۱۱	۵/۶۱۸/۰۰۰۰	۱۲/۳۶	۵۰

مدت انواع آگهی :

۱- مدت آگهی مستقیم در سال ۱۳۸۶ ۱۵ ثانیه تعیین می شود و کمتر از آن نیز همان ۱۵ ثانیه محاسبه می گردد.

تبصره : کدهای سال ۱۳۸۵ اگر زیر ۱۵ ثانیه باشد تا پایان شهریور ۸۶ اعتبار دارد .

۲- حداقل زمان پخش زیر نویس ۱۵ ثانیه و کمتر از آن نیز ۱۵ ثانیه محاسبه می شود

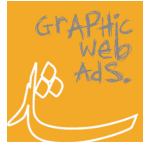
۳- زیر نویس فقط هر ۵ دقیقه یکبار پخش می شود و در صورت تراکم تقاضا هر صاحب آگهی در طول یک برنامه تنها می تواند دو بار در خواست داشته باشد

۴- مدت گزارش آگهی یا (رپرتاژ) در تلویزیون حداقل ۱۲۰ ثانیه می باشد . تشخیص رپرتاژ بودن یک آگهی با شورای باز بینی اداره کل بازرگانی است .

۵- پخش گزارش آگهی در یک بسته آگهی منوط به وجود ظرفیت پخش با در نظر گرفتن اولویت برای پخش سایر آگهی ها می باشد.

۶- مدت حک ارم ۱۵ ثانیه میباشد و اندازه کادر می بایست ۱/۵ برابر اندازه ارم شبکه بوده و فاصله بین دو پخش برای حک ارم حداقل ۵ دقیقه می باشد.

۷- مدت آگهی تقدیم برنامه . متناسب با زمان هر برنامه سه نوبت و برای هر نوبت ۱۵ ثانیه می باشد که می تواند در یکی از موقعیتهای قبل و ادامه و انتها برنامه و یا هر سه موقعیت پخش شود.



موقعیت آگهی در بسته :

سه آگهی اول و آخر باکس (در موقعیتهای خاص) در شبکه های تلویزیونی به ترتیب برای ابتدای باکس ۲۰% (اولین) ۱۵% (دومین) ۱۰% (سومین) و برای انتهای بسته آگهی ۲۰% (آخرین) ۱۵% (ماقبل آخر) و ۱۰% قبل از مقابل آخر با افزایش نسبت به نرخ هر طبقه محاسبه می شود در صورتیکه صاحب آگهی پس از ارم پایان بسته آگهی در خواست پخش آگهی بنماید با تأیید مدیر کل بازرگانی و پرداخت ۷۰% اضافه نسبت به تعرفه پخش آگهی بلا مانع است .

آگهی های خاص

- ۱- آگهی های خاص به آگهی هایی اطلاق میشود که از جنبه های ارزشی ، فرهنگی و اجتماعی خاص برخوردار است و مشمول تخفیف های خاص می شود که پس از تأیید ریاست محترم سازمان و معاون اداری و مالی انجام خواهد شد.
- ۲- دستورات عمل های شورای باز بینی اداره کل بازرگانی در خصوص ضوابط کیفی و کمی پخش آگهی ها شامل این آگهی ها نیز میشود
- ۳- زمان آگهی های خاص حداکثر ۲۰ ثانیه
- ۴- شبکه مناسب متناسب با نوع آگهی توسط اداره کل بازرگانی تعیین می شود .
- ۵- آگهی تجاری و تبلیغاتی نهادهای مختلف مشمول تخفیف آگهی های خاص نمی شود .
- ۶- آگهی های خاص : مشمول تخفیفات خاص خواهند بود و مشمول سایر تخفیفات نمی شود.