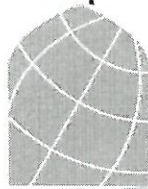


تاریخ: ۱۳۹۶/۰۳/۱۰  
شماره: ۹۶/۳۰۰/۵/۱۲۱۵  
پیوست: دارد

بسمه تعالی  
مشهد ۲۰۱۷  
پایتخت فرهنگ اسلامی  
عاصمة الثقافة الإسلامية  
MASHHAD 2017  
Capital of Islamic Culture



اتاق اصناف مشهد



## بخشنامه به کلیه اتحادیه های محترم صنفی تحت پوشش

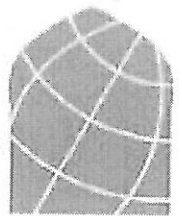
باسلام و احترام:

پیوست تصویر نامه شماره ۱۶۴۴۵۴۴/۱۲۰ مورخ ۹۶/۲/۳۰ معاون محترم امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان منضم به نامه شماره ۲/۵۶۰۲ مورخ ۹۶/۲/۱۰ مدیر کل محترم دادگستری استان خراسان رضوی به منظور پیشگیری از جرایم کلاهبرداری از طریق درج آگهی تبلیغاتی در جرایم موضوع تبصره ۳ ماده ۱۷ ق ن ص ارسال می گردد. خواهشمند است ضمن اعلام مراتب به اعضاء تحت پوشش از نتیجه اقدام اتاق اصناف را مطلع فرمایید.

محمود بنانزاد مشهدی

رئیس اتاق اصناف مشهد

بهمکاران عزیز اطلاع رسانی



اتوماسیون اداری

جناب آقای بنا نژاد رییس محترم اتاق اصناف مشهد مقدس  
موضوع: تبصره ۳ ماده ۱۷

باسلام و احترام، بپیوست تصویر نامه شماره ۲/۵۶۰۲ مورخ  
۹۶/۲/۱۰ رییس کل محترم دادگستری خراسان رضوی در ارتباط با تقویت اثر  
بخشی سازکارهای نظارتی به منظور پیشگیری از جرایم کلاهبرداری از طریق  
درج آگهی های تبلیغاتی در جراید موضوع تبصره ۳ ماده ۱۷ قانون نظام صنفی  
ارسال میگردد.

خواهشمند است دستور فرمایید ضمن اعلام مراتب به اتحادیه صنف ذیربط  
پیگیری لازم در جهت رعایت موارد تصریح شده در نامه فوق الذکر معمول و  
نتیجه اقدامات را به این سازمان اعلام نمایند.

علی شغوری مقدم

معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت

\* نامه های صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می باشد \*

نشانی: مشهد، فرهنگسرای خراسان، سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی | تلفن: ۰۵۱-۲۷۶۲۲۶۱۰ | فکس: ۰۵۱-۲۷۶۲۲۶۱۰ | کد پستی: ۹۱۷۱۲۲۲۲ | شناسه ملی: ۱۸۵۱۲۲۲۲۲۲۲۲ | سند ثبت: ۲۶۴

پست الکترونیک: [info@shahrood.ac.ir](mailto:info@shahrood.ac.ir) | وبسایت: [www.shahrood.ac.ir](http://www.shahrood.ac.ir)



دادگستری کل استان خراسان رضوی

برستان

شماره: ۲۱۵۶۵  
تاریخ: ۱۸/۲/۹۶  
پوست: صلوات

جناب آقای حسینی

معاون محترم اجتماعی، امنیتی و سیاسی استانداری خراسان رضوی

جناب آقای فخر موحدی

مدیر کل محترم دفتر بازرسی، مدیریت عملکرد و امور حقوقی خراسان رضوی

با اهداء سلام و تحیت؛

همانگونه که مستحضرد نقطه شروع بسیاری از جرایم و کلاهبرداری ها، درج آگهی های تبلیغاتی است و افراد سود جود از این فضا حداکثر بهره برداری را جهت تحقق نیت سوء خود می نمایند. این موضوع در خصوص تبلیغات در حوزه های خدمات و محصولات مرتبط با امور پزشکی، بهداشتی، زیبایی، سلامتی، زمین و مسکن، بازاریابی های شبکه ای و تجارت الکترونیکی، خرید و فروش وام، کارایی و استخدام و امور مربوط به سرمایه گذاری دارای اهمیت بیشتری است. یکی از برنامه های اجرایی معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه تقویت اثربخشی ساز و کارهای نظارتی به منظور پیشگیری از جرایم کلاهبرداری از طریق درج آگهی های تبلیغاتی میباشد؛

با استناد به اصل بیست و چهارم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آنکه مغل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد؛ تبصره ۳ ماده ۱۷ قانون نظام صنفی نیز بیان داشته است: "انتشار هرگونه آگهی تبلیغاتی به هر طریق توسط فرد صنفی فاقد پروانه کسب معتبر، ممنوع است و متخلف به جریمه نقدی از یک میلیون ریال تا دوست و پنجاه میلیون ریال محکوم می شود

رسانه های گروهی، چاپخانه ها و مؤسسات تولید محصولات چند رسانه ای مکلفند پیش از قبول سفارش تولید یا نشر هرگونه آگهی تبلیغاتی یک نسخه از پروانه کسب متقاضی را مطالبه نمایند، در غیر اینصورت به جریمه نقدی موضوع این تبصره محکوم می شوند".

در همین راستا "بخشنامه ی تقویت اثربخشی ساز و کارهای نظارتی به منظور پیشگیری از جرایم از طریق درج آگهی های تبلیغاتی به ویژه جرایم کلاهبرداری" به کلیه حوزه های قضایی استان ارسال گردیده است. شایسته است دستور فرمایید موضوع این بخشنامه به اطلاع کلیه ی دستگاه ها و نهاد های اجرایی و نظارتی استان برسد، تا ان شاء الله علاوه بر رعایت مفاد بخشنامه وظایف نظارتی خود را به نحو احسن ایفا نمایند تا در صورت هرگونه اهمال و تساهل احتمالی در انجام تکالیف مقرر قانونی توسط کلیه ی رسانه های تبلیغاتی، از تضییع حقوق اشخاص و تشکیل پرونده های متعدد در این خصوص در دستگاه قضایی استان پیشگیری شود و بتوانیم با سلب فرصت از افراد سود جو و کلاهبردار، اعتماد عمومی به رسانه ها را نیز افزایش دهیم.

علی مظفری

رئیس کل دادگستری خراسان رضوی

خراسان رضوی، شهردس، بلوار شهید باهنری، دادگستری کل استان خراسان رضوی، طبقه ششم، شماره تماس: ۰۵۱-۳۶۱۵۲۶۰۷، فاکس: ۰۵۱-۳۶۱۵۲۶۰۵

۹۶-۲-۱۲



- ✓ جناب آقای مرتضوی معاون محترم قضائی رئیس کل دادگستری استان خراسان رضوی جهت ملاحظه و اقدامات بنایسته و مناسب بدهی.
- ✓ جناب حاج آقای دویشیان مدیرکل محترم بازرسی خراسان رضوی جهت استحضار.
- ✓ جناب آقای شیبی مدیرکل محترم اطلاعات خراسان رضوی جهت استحضار.
- ✓ سردار امیری مقدم فرماندهی محترم انتظامی خراسان رضوی جهت استحضار.
- ✓ جناب آقای سربانی مدیرکل محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان رضوی جهت ملاحظه و اقدام بنایسته و مناسب و ابلاغ مراتب به تشکیلات، مطبوعات و رسانه‌ها.
- ✓ جناب آقای نصرپور مدیرکل محترم صدا و سیما مرکز خراسان رضوی جهت ملاحظه و اقدام بنایسته و مناسب.
- ✓ سرکار خانم مندیس علیرضایی رئیس محترم سازمان صنعت معدن و تجارت خراسان رضوی جهت ملاحظه و اقدام بنایسته و مناسب.
- ✓ جناب آقای کریم مدیرکل محترم تعزیرات خراسان رضوی جهت ملاحظه و اقدام بنایسته و مناسب.
- ✓ جناب آقای بانژاد رئیس محترم اتاق اصناف مشهد جهت ملاحظه و اقدام بنایسته و مناسب.
- ✓ جناب آقای کالیانی رئیس محترم انجمن صنفی کانون های تبلیغات خراسان رضوی.
- ✓ سرکار خانم روح انزاکلر شناس محترم معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری خراسان رضوی جهت ملاحظه و بهره برداری لازم.

## « بخشنامه تقویت اثر بخشی ساز و کارهای نظارتی به منظور پیشگیری از جرایم از طریق درج آگهی های تبلیغاتی به ویژه جرایم کلاهبرداری »

در راستای ارتقاء حاکمیت قانون، ایجاد محیط مساعد و مناسب برای رشد فضائل اخلاقی براساس ایمان و تقوا، ایجاد امنیت قضایی و روانی در جامعه، پیشگیری از وقوع جرایم و مظاهر فساد و تباهی، بالا بردن سطح آگاهی های عمومی در همه ی زمینه ها با استفاده صحیح از ظرفیت مطبوعات و رسانه های گروهی و با استناد به اصل بیست و چهارم قانون اساسی که وفق آن، نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آنکه مخل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشند بخشنامه ی زیر ابلاغ می گردد:

### ماده ۱: تعاریف

**الف) آگهی تبلیغاتی:** هر نوع فرآورده نوشتاری، دیداری و شنیداری جهت معرفی کالا یا خدمات می باشد.

**ب) سفارش دهنده آگهی:** هر شخص حقیقی یا حقوقی که ساخت یا پخش و یا نشر آگهی تبلیغی را سفارش می دهد.

**پ) صاحب آگهی:** هر شخص حقیقی یا حقوقی که آگهی تبلیغاتی متعلق به اوست.

**ت) پذیرنده آگهی:** کلیه نهادهایی که کار آنها تنظیم، تهیه، مشاوره، اجرا و انتشار آگهی های تبلیغاتی است.

**ث) نهاد ناظر:** اشخاص حقوقی که طبق قوانین و مقررات، وظیفه نظارت بر پذیرنده را برعهده دارند که شامل نهادهایی نظیر اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره کل صدا و سیما، شهرداری، اداره کل تعزیرات حکومتی، سازمان صنعت، معدن و تجارت، اتاق اصناف، اتحادیه های مربوطه و ... می باشند.

**ماده ۲:** تمامی پذیرنده های آگهی در سطح استان خراسان رضوی ملزم می باشند شرایط ذیر رادر پذیرش و انتشار آگهی رعایت نمایند:

**الف) در خصوص آگهی های تبلیغاتی که طبق مقررات نیاز به اخذ مجوز از مراجع ذیصلاح می باشد نسبت به دریافت تصویری از مجوزات مربوطه و نگهداری آن اقدام نمایند.** ( نمونه هایی از آگهی های نیازمند مجوز به پیوست می باشد ).

**ب) در خصوص سفارش آگهی تبلیغاتی غیرحضور، پذیرنده آگهی باید فرمی که از قبل در زمینه شناسایی سفارش دهنده تنظیم گردیده است و شامل اطلاعات کامل هویتی از جمله نام و نام خانوادگی، نام پدر، شماره شناسنامه، کد ملی و نیز نشانی و شماره تلفن همراه و ثابت سفارش دهنده و صاحب آگهی می باشد را تکمیل و به انضمام تصویری از مدارک هویتی نگهداری نماید.**

**ماده ۳:** کلیه نشریات موضوع این بخشنامه ملزم می باشند در کلیه نسخ انتشار خود، نسبت به درج آگهی های پیشگیرانه و آگاه سازی عمومی در خصوص پیامدهای آگهی های گمراه کننده اقدام نمایند. همچنین کلیه پذیرنده های آگهی ها باید از آرم متحد الشکلی که طراحی و مورد تصویب شورای پیشگیری از وقوع جرم استان قرار گرفته استفاده نمایند.

**قبصره:** آرم مزبور ظرف مهلت یک ماه از تاریخ ..... به تصویب شورای پیشگیری از وقوع جرم خواهد رسید.

**ماده ۴:** کلیه نهادهای ناظر باید نسبت به رصد نمودن آگهی های مرتبط با حوزه خود اقدام نمایند و موارد تخلف پذیرنده ها و صاحبان آگهی را به مراجع ذیصلاح گزارش دهند.

در ذیل از باب نمونه مصادیقی از آگهی های نیازمند مجوز و آگهی های ممنوعه با مستندات قانونی آورده شده است:

#### الف) آگهی هایی که نیازمند مجوز از مراجع ذیصلاح می باشند

۱) آگهی های مربوط به خواص مواد غذایی، آشامیدنی، بهداشتی و آرایشی طبق مقررات مربوط مستلزم گرفتن اجازه قبلی از وزارت بهداشتی و بهزیستی است. (م ۱۳ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی)

۲) نشریات در چاپ آگهی های تجارتي که مشتمل بر تعریف و تمجید کالا یا خدماتی که از طرف یکی از مراکز تحقیقاتی کشور که بر حسب قوانین رسمیت داشته باشند، تأیید گردد با رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی و بندهای مربوطه مجاز می باشند. (م ۱۹ قانون مطبوعات)

۳) جذب و درج آگهی های دولتی مانند مناقصه ها، مزایده ها، حصر وراثت و ثبت شرکت ها و مؤسسات در آگهی نامه ها ممنوع است مگر با تشخیص اداره آگهی های دولتی و یا مقامات قضایی. (بند ۶ دستورالعمل نحوه انتشار آگهی نامه توسط کانون های آگهی و تبلیغاتی، مصوبه جلسه شصت و چهارم کمیته مرکزی سازمان های تبلیغاتی کشور ۱۳۹۰)

۴) اوراق و آگهی های تبلیغاتی باید با رعایت دقیق متن مجوز و منحصرأ با قید نام مصوب مندرج در مجوز تنظیم گردد. (م ۲۲ ضوابط تأسیس و نظارت بر آموزشگاه های آزاد هنری مصوب ۱۳۸۰)

۵) ساخت، خرید و فروش، نگهداری، تبلیغ و استفاده از هرگونه دستگاه فلزیاب و همچنین ورود آن به کشور، منوط به اخذ مجوز از سازمان میراث فرهنگی کشور می باشد (ماده واحده قانون ضرورت اخذ مجوز برای ساخت، خرید و فروش نگهداری، تبلیغ و استفاده از دستگاه فلزیاب مصوب ۱۳۷۹)

۶) تبلیغ دستگاه های فلزیاب از طریق رسانه های عمومی، مطبوعات، چاپ و نشر پوستر و سایر روش های تبلیغاتی فقط با مجوز سازمان میراث فرهنگی کشور مجاز است. (م ۶ آیین نامه اجرایی قانون ضرورت اخذ مجوز برای ساخت، خرید و فروش، نگهداری، تبلیغ و استفاده از دستگاه فلزیاب)

۷) تبلیغ کالاها و فرآورده هایی که طبق تبصره ۴ ماده ۶ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران که اجرای استاندارد را در مورد آنها اجباری اعلام کرده است منوط به داشتن پروانه کاربرد علامت استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران می باشد. کانون مکلف به اخذ گواهی لازم از سفارش دهنده می باشد. (م ۲۲ دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری، محیطی و مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی)

۸) منحصراً تبلیغات محصولاتی مجاز است که اشخاص و یا مؤسسات مربوطه قبلاً پروانه تأسیس، بهره برداری، ساخت یا مجوز ورود و توزیع محصول موضوع آگهی را از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سایر مراجع ذی ربط اخذ نموده باشند (م ۱ دستورالعمل نحوه تبلیغ و آگهی های دارویی و مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی و امور پزشکی - موضوع بند ب ماده ۳ از فصل دوم قانون تشکیل سازمان نظام پزشکی مصوب ۱۳۸۳)

۹) آگهی و تبلیغات داروها و خواص درمانی مورد تأیید وزارت بهداشت در صورتی که صرفاً برای صاحبان حرف پزشکی و مؤسسات مربوطه قابل استفاده باشد بلامانع است. (تبصره ۱ موضوع بند ب ماده ۳ از فصل دوم قانون تشکیل سازمان نظام پزشکی مصوب ۱۳۸۳)

۱۰) استفاده از آرم و تأییدیه های مؤسسات استاندارد داخلی و خارجی مورد تأیید سازمان نظام پزشکی و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی که صرفاً تأییدکننده محصول بوده و جنبه اطلاع رسانی داشته باشد، بلامانع است. (م ۵ همان)

۱۱) استفاده از آرم و تأییدیه های مؤسسات استاندارد داخلی و خارجی مورد تأیید سازمان نظام پزشکی و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی که صرفاً تأییدکننده محصول بوده و جنبه اطلاع رسانی داشته باشد، بلامانع است. (م ۵ همان)

تبصره - تبلیغ آن دسته از مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی که استاندارد آنها اجباری اعلام شده، علاوه بر سایر مدارک، منوط به داشتن پروانه کاربرد علامت استاندارد کالا و تحقیقات صنعتی است.

۱۲) کلیه صاحبان حرف پزشکی و وابسته پزشکی اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی و مؤسسات پزشکی پس از اخذ پروانه های لازم، برای تبلیغات موظف به رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی و اخذ مجوز کتبی از سازمان نظام پزشکی هستند. (م ۶ همان)

۱۳) مؤسسات پزشکی و وابسته پزشکی در آگهی الزاماً می باید نام مؤسسه، شماره مجوز، نشانی و تلفن ثابت را درج نمایند. همچنین درج سایر عناوین مندرج در پروانه مؤسسه، نشاء در صورتی که نشانه ثبت نشانی، ایمیل، رسمی شده باشد، شرح خدمات مجاز، دورنگار الکترونیک، بیمه های طرف قرارداد، ساعات فعالیت، نام سازمان یا نهادی که مؤسسه به آن وابستگی دارد و نام سازمان صادرکننده مجوز در آگهی مؤسسات بلامانع است. (م ۹ همان)

۱۴) متقاضیان تبلیغات تجهیزات و مواد و خدمات موضوع این دستورالعمل موظفند با رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی، قبل از انتشار تبلیغات در مطبوعات و دیگر رسانه های عمومی مجوز کتبی تبلیغات از سازمان نظام پزشکی کسب نمایند.

۱۵) در مواردی که اجرای استاندارد درباره فرآورده هایی اجباری اعلام می گردد، اعطای هرگونه تسهیلات به واحدهای تولیدکننده قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور ۱۴۷ این قبیل فرآورده ها از سوی وزارتخانه ها و سازمان های مختلف دولتی و نیز تبلیغات رسمی این فرآورده ها از طریق رسانه های ارتباط جمعی منوط به داشتن پروانه کاربرد علامت استاندارد یا تأییدیه آن و یا تأیید مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران خواهند بود. (تبصره ۴ م ۶ قانون مربوط به تبلیغ کالاهای مشمول استاندارد اجباری)

۱۶) کلیه رسانه های گروهی، وسایل ارتباط جمعی و شرکت های تبلیغاتی مکلفند فقط نسبت به تبلیغات آن دسته از کالاهای خارجی که فعالیت شرکت های خارجی و نمایندگی رسمی آنها توسط وزارت بازرگانی مجاز اعلام شده است، اقدام نمایند. (م ۷ دستورالعمل نحوه فعالیت اشخاص حقیقی و حقوقی عرضه کننده کالا و خدمات خارجی در کشور)

۱۷) کلیه رسانه های گروهی، وسایل ارتباط جمعی و شرکت های تبلیغاتی مطابق مفاد ماده ۷ قانون فوق الاشاره و آیین نامه اجرایی آن مکلفند صرفاً نسبت به تبلیغات آن دسته از کالاهای خارجی که فعالیت شرکت های خارجی و نمایندگی رسم آنها توسط معاونت توسعه بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت مجاز اعلام شده است، اقدام نمایند (م ۱۱ ضوابط فعالیت واردکنندگان کالاهای سرمایه ای و مصرفی با دوام خارجی در کشور)

۱۸) پیش فروشنده باید قبل از هرگونه اقدام جهت تبلیغ و آگهی پیش فروش به هر طریق از جمله درج در مطبوعات و پایگاههای اطلاع رسانی و سایر رسانه های گروهی و نصب در اماکن و غیره، مجوز انتشار آگهی را از مراجع ذیصلاح که در آیین نامه اجرایی این قانون مشخص می شود، اخذ و ضمیمه درخواست آگهی به مطبوعات و رسانه های یادشده ارائه نماید. شماره و تاریخ این مجوز باید در آگهی، درج و به اطلاع عموم رسانده شود. مطبوعات و رسانه ها قبل از دریافت مجوز یادشده حق درج و انتشار آگهی پیش فروش را ندارند. در غیر این صورت به توقیف به مدت حداکثر دو ماه و جزای نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در صورت تکرار به حداکثر مجازات محکوم خواهند شد. (م ۲۱ قانون پیش فروش ساختمان و آپارتمان)

### ب) آگهی های ممنوعه

۱) تعیین جایزه در مقابل تشویق به خرید و مصرف (بند د م ۱۲ آیین نامه تاسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی)

۲) آگهی خلاف موازین شرعی و قانونی کشور (بند الف همان)

۳) استفاده از تصاویر و عناوین مقامات عالی رتبه مملکتی و تمثال پیشوایان مذهبی و شخصیت های تاریخی و فرهنگی کشور در آگهی هایی که هدف آنها ارایه کالاهای مصرفی و خدمات مشابه می باشد (بند ب همان)

۴) آگهی های تبلیغاتی نباید خدمات یا کالاهای دیگران را بی ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دهد. (بند پ همان)

۵) در آگهی های تبلیغاتی ادعاهای غیر قابل اثبات و مطالب گمراه کننده نباید گنجانده شود. (بند ت همان)



۶) آگهی تبلیغاتی نباید محتوی گفتار یا تصاویری باشد که برای اخلاق و معتقدات مذهبی و عفت عمومی توهین آمیز باشد. (بند ۳ همان)

۷) آگهی های تبلیغاتی نمی تواند از قول منابع علمی ادعایی به عمل آورد که از طرف منابع موثق علمی تأیید نشده باشد. (بند ۴ همان)

۸) تبلیغ کالاهای بازرگانی و خدمات تجاری در کودکان، دبستان ها، دبیرستان ها ممنوع است. (بند ۵ همان)

۹) تحقیر و استهزاء دیگران تلویحاً و یا تصریحاً در آگهی های تبلیغاتی ممنوع است. (بند ۶ همان)

۱۰) تبلیغاتی که مروج فساد یا مخالفت ادیان رسمی و برخلاف عفت عمومی باشد، ممنوع است. (بند ۷ همان)

۱۱) تبلیغ در مورد خواص داروها ممنوع است مگر بر طبق ضوابط ماده ۵ قانون مربوط به مقررات پزشکی و دارویی و مواد خوراکی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴ (بصره م ۱۳ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی)

۱۲) درج هر نوع آگهی برای فروش کالا یا خدمت از طریق قرعه کشی یا روش دیگر که در آن از متقاضیان برای شرکت در قرعه کشی یا موارد مشابه درخواست واریز وجه به حساب واگذار کننده کالا یا خدمت شود با توجه به اینکه از مصادیق مطالب گمراه کننده است با عنایت به بند (ت) انتشار آن در تمام رسانه ها، مطبوعات و یا انتشار از طریق اوراق چاپی و غیره و یا ارسال از طریق پست یا دستگاه های الکترونیکی نظیر نمابر یا اینترنت ممنوع است. (م ۱۲ مقررات مربوط به منع انتشار آگهی هایی که در آن از مردم برای شرکت در قرعه کشی درخواست وجه می شود - مصوب جلسه بیستم کمیته مرکزی سازمان های تبلیغاتی کشور)

انتشار آگهی های مربوط به فروش کالا و یا خدمات از طریق قرعه کشی زمانی مجاز است که:

اولاً: آگهی دهنده، خود تولید کننده آن کالا یا خدمت باشد و یا نمایندگی رسمی و قانونی از تولید کننده داشته باشد ثانیاً: هیچگونه وجهی از متقاضیان برای شرکت در قرعه کشی دریافت نکند.

ثالثاً: بهای کالا یا خدمت و نحوه واگذاری و دفعات اقساط و سایر شرایط دقیقاً در متن آگهی مشخص و روشن شود. ۱۳) مطالب مندرج در آگهی نامه ها منحصرأ باید به آگهی های تبلیغاتی اختصاص یابد و چاپ هرگونه تصویر یا مطلب تحریری اعم از خبر، گزارش، مصاحبه، یادداشت و مقاله در آگهی نامه ممنوع است. (دستورالعمل نحوه انتشار آگهی نامه توسط کانون های آگهی و تبلیغاتی مصوبه جلسه شصت و چهارم کمیته مرکزی سازمان های تبلیغاتی کشور)

۱۴) درج آگهی های احزاب و نهادهای سیاسی و آگهی نامه های انتخاباتی در آگهی نامه ممنوع است. (بند ۵ دستورالعمل نحوه انتشار آگهی نامه توسط کانون های آگهی و تبلیغاتی - مصوبه جلسه شصت و چهارم کمیته مرکزی سازمان های تبلیغاتی کشور)

۱۵) چاپ و انتشار یا تدوین خبر یا آگهی و اعلان مربوط به برگزاری مسابقات موضوع این آیین نامه؛ قبل از صدور مجوز برگزاری مسابقه ممنوع می باشد. نشریات، چاپخانه ها، ادارات و مراکز پست، رسانه های جمعی و مراکز توزیع موظفند قبلاً مجوز لازم و مهیور به مهر مخصوص را از متقاضی مطالبه نمایند. (م ۷ آیین نامه اجرایی ضوابط برگزاری مسابقات دینی، فرهنگی و هنری)

۱۶) روزنامه ها و نشریه های فارسی زبان موظفند مفاد قانون را در کلیه مطالب خود از جمله آگهی ها رعایت کنند. بدیهی است در مورد آگهی های خارجی مانند مناقصه های بین المللی که باید به زبان خارجی چاپ و نشر شوند، طبق مقررات مربوط اقدام خواهند کرد. (تبصره ۵ ماده واحده قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصطلاحات بیگانه)

۱۷) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است به کلیه جرائد و سایر رسانه ها ابلاغ نماید قبل از درج هر نوع آگهی تبلیغاتی در ارتباط با تفکیک و فروش اراضی، مجوزهای صادر شده توسط مراجع موضوع ماده ۵ این قانون را حسب مورد از آگهی دهنده درخواست و در صورت عدم رایه مدارک مذکور، نظر وزارت مسکن و شهرسازی، سازمان مسکن و شهرسازی استان مربوط را درخصوص بلامانع بودن تفکیک و عرضه زمین اخذ نمایند. (م ۹ قانون منع فروش و واگذاری اراضی فاقد کاربری مسکونی برای امر مسکن به شرکت های تعاونی مسکن و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی (۱۳۸۱)

۱۸) درج شماره تاریخ و نام صادرکننده مجوز در آگهی های تفکیک و فروش اراضی موضوع این قانون الزامی است و آگهی های فاقد مشخصات مذکور، غیرقابل چاپ و تبلیغ در مطبوعات صداوسیما و سایر رسانه های گروهی و نصب در اماکن عمومی می باشند و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اقدامات لازم را در جهت تحقق این موضوع به عمل خواهد آورد و وزارت مسکن و شهرسازی نیز موظف است هرگونه تخلف از این ماده را پیگیری نماید. (آیین نامه اجرایی قانون منع فروش و واگذاری اراضی فاقد کاربری مسکونی برای امر مسکن به شرکت های تعاونی مسکن و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی مصوب ۱۳۸۳)

۱۹) فروش کالا از طریق قرعه کشی ممنوع است. مرتکبین علاوه بر جبران خسارت وارده، به جریمه ای معادل سه شصت درصد در یافتی محکوم خواهند شد. (م ۶۹ قانون نظام صنفی)

۲۰) تبلیغات خلاف واقع و رایه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف کننده از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه های گروهی و برگه های تبلیغاتی شود، ممنوع می باشد. (م ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان)

۲۱) استفاده از صحنه هایی نظیر استعمال دخانیات و موارد مشابه دیگر که مضر به سلامت انسان بوده و یا اعتیادآور باشند، به نوعی خواه تصریحاً و یا تلویحاً مصرف آنها را ترویج نماید مجاز نیست (م ۶ دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری - محیطی - و مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی (۱۳۸۵)

۲۲) تبلیغاتی که مروج تخریب محیط زیست انسان، جنگل ها، مراتع و منابع طبیعی و زیستگاه های طبیعی جانوران باشد ممنوع است. (م ۷ همان)

۲۳) هرگونه استفاده ابرازی از زن در تبلیغات ممنوع است. (م ۱۱ همان)

۲۴) تبلیغات نباید تولیدات داخلی را بی ارزش نشان دهد. (م ۱۸ همان)

۲۵) تبلیغ خدمات و کالاهاى تهدیدکننده سلامت که مصادیق آن سالانه توسط کارگروه موضوع بند (الف) این ماده تعیین و اعلام می شود، از سوی کلیه رسانه ها ممنوع است. (بند ج ماده ۳۷ قانون برنامه پنجم توسعه)

۲۶) تبلیغ داروها و نیز ذکر خواص درمانی در تبلیغات مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی در رسانه های عمومی ممنوع است. (م ۲ دستورالعمل نحوه تبلیغ و آگهی های دارویی و مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی و امور پزشکی)

۲۷) درج هر نوع آگهی برای تجویز یا فروش داروها، از طریق تعیین پورسانت یا تعیین جایزه جهت تشویق به تجویز یا خرید یا روش های مشابه ممنوع است. (م ۳ همان)

۲۸) درج عناوین تخصصی غیربالینی در تبلیغات مطب ها و دفاتر کار مجاز نیست. (تبصره م ۸ همان)

۲۹) هیچ فرد یا مؤسسه پزشکی نمی تواند خدماتی که قابلیت ارایه آن را در مطب یا مؤسسه خود ندارد، آگهی و تبلیغ نماید. (م ۱۰ همان)

۳۰) استفاده تبلیغاتی از صحنه هایی که مضر سلامت و بهداشت و فرهنگ عمومی جامعه است و به نوعی مروج آنهاست، ممنوع است و رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی الزامی است.

۳۱) وزارتخانه های بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما و سایر دستگاه های فرهنگی و شهرداری ها موظفند به منظور جلوگیری از اعتیاد جوانان و تبیین زیان های جانی، بهداشتی، اجتماعی و مالی ناشی از مصرف دخانیات از هرگونه اقدامی که موجب تبلیغ، تشویق یا تحریک افراد به استعمال یا مصرف بیشتر دخانیات شود، جلوگیری نموده و نسبت به تهیه برنامه های منظم و منسجم فرهنگی و تبلیغی مناسب در زمینه تبیین مضرات و تفسیح مصرف مواد دخانی برای همگان بویژه جوانان اقدام نمایند و همچنین برای حسن اجرای این قانون اقدامات لازم را به عمل آورند. هیات وزیران هر شش ماه یک بار گزارش چگونگی اجرای این قانون را از سازمان ها ی مربوط دریافت خواهد کرد.

تبلیغ و هرگونه اقدامی که به ترتیب مقرر در آیین نامه اجرایی این قانون منجر به تشویق عموم به مصرف دخانیات شود، ممنوع است. (تبصره م ۲ آیین نامه ممنوعیت استعمال و عرضه سیگار و سایر مواد دخانی در اماکن عمومی)