

آفتاب پارس
نماینده‌گی انحصاری پذیرش و پخش پیام‌های
بازرگانی
مراکز استانی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی
ایران

ضوابط و مقررات پذیرش و پخش آگهی‌های
رادیویی و تلویزیونی شبکه‌های استانی
تاریخ اجرا: ۱۴۰۵/۰۱/۰۱



اردبیل



استهبان



البرز



ایلام



آبادان



آذربایجان شرقی



آذربایجان غربی



بوشهر



چهارمحال و بختیاری



خراسان جنوبی



خراسان رضوی



خراسان شمالی



خوزستان



گزنجان



همدان



سیستان و بلوچستان



فارس



قزوین



قم



کردستان



کرمان



کرمانشاه



کهگیویه و بویراحمد



گیلان



گلستان



گیلان



لرستان



مازندران



مرکزی



دهکد



هرمزگان



همدان



یزد

فهرست عناوین

عنوان
مقدمه
تعاریف
ضوابط قرارداد استانی
گروه بندی صاحبان آگهی
انواع قراردادها
اضافه پخش تسریع
امتیاز حضور اولین بار
امتیاز حضور مستمر در رسانه
جدول تخفیفات اضافه پخش (اضافه پخش و تشویقی رایگان قراردادهای گروه یک و دو)
جدول تخفیفات قراردادهای تایمی (قراردادهای گروه سوم و چهارم)
امتیاز حضور در ماه مبارک رمضان
انواع پرداخت ها (نقدی- صورتحسابی- غیر نقدی)
طبقه بندی استانها
ضرایب منطقه جهت تعرفه های پخش آگهی های اضافه پخش
جدول ضرایب ماهانه
ضرایب گروه های صاحبان آگهی
تعرفه قراردادهای اضافه پخش
تعرفه های قراردادهای تایمی (ثانیه ای)
تعریف انواع آگهی و جایگاه پخش
جدول شرایط خاص
جدول طبقات تلویزیونی و رادیویی (قرارداد اضافه پخش)
قراردادهای ویژه رادیویی
پخش رایگان تولیدات ملی گروه سوم و چهارم
فسخ قرارداد و تعدیل

مقدمه:

در ساختار رقابتی اقتصاد ایران، توسعه بازار دیگر صرفاً از مسیر توزیع و فروش عبور نمی کند، بلکه نیازمند معماری هوشمندانه ارتباطات برند در لایه های مختلف جغرافیایی است. استان ها امروز به یکی از مهم ترین کانون های رشد برندهای ملی تبدیل شده اند؛ بازارهایی پویا با ظرفیت های گسترده که هر کدام ویژگی های فرهنگی، رسانه ای و رفتاری خاص خود را دارند. حضور مؤثر در این فضا مستلزم شناخت دقیق این تفاوت ها و طراحی ارتباطاتی متناسب با هر منطقه است. آفتاب پارس به عنوان مجری انحصاری تبلیغات رادیو و تلویزیون در استان ها، با در اختیار داشتن گسترده ترین شبکه رسانه ای استانی کشور، جایگاهی ممتاز و اثرگذار در اکوسیستم ارتباطات بازاریابی ایران دارد.

این ساختار انحصاری، امکان برنامه ریزی و اجرای کمپین های یکپارچه، هدفمند و مقیاس پذیر را در سراسر کشور فراهم کرده و آفتاب پارس را به بزرگ ترین شبکه تبلیغات بومی ایران تبدیل کرده است؛ شبکه ای با پوشش فراگیر و توان عملیاتی یکپارچه که قدرت نفوذ برندها را در سطح استان ها به صورت ساختارمند مدیریت می کند و دسترسی متمرکز به ظرفیت رسانه ای ۳۳ استان را فراهم کرده است. در آفتاب پارس، تبلیغات یک فرآیند راهبردی و داده محور است که از تحلیل بازار و طراحی استراتژی آغاز می شود، با خلاقیت و ایده پردازی شکل می گیرد، در رسانه به صورت هدفمند اجرا می شود و با ارزیابی مستمر نتایج بهینه سازی می گردد.

مزیت رقابتی ما در هم افزایی «استراتژی، خلاقیت و اجرا» تعریف می شود؛ جایی که ایده هاتنها تولید نمی شوند، بلکه به نتایج ملموس تجاری تبدیل می شوند. در نگاه ما، تبلیغات ابزاری برای خلق ارزش پایدار برند است. تمرکز آفتاب پارس بر طراحی ارتباطات اثر بخش است؛ ارتباطاتی که دیده می شوند، در ذهن ماندگار می گردند و به تصمیم و اقدام در بازار منتهی می شوند.

آفتاب پارس صرفاً مجری پخش آگهی نیست؛ ما معمار توسعه برند در بازار استان های ایران هستیم. کانون تبلیغاتی آفتاب پارس خدمات خود را در قالب یک زنجیره کامل «از تحلیل تا اجرا و ارزیابی» به شرح ذیل معرفی می نماید.

۱. استراتژی و برنامه ریزی ارتباطات برند تحلیل بازارهای استانی و رفتار مصرف کننده منطقه ای بررسی رقبا و سهم رسانه ای آن ها (Share of Voice) تعیین اهداف ارتباطی (آگاهی از برند، افزایش فروش، نفوذ بازار و...) طراحی استراتژی رسانه ای منطقه ای و ترکیب بهینه کانال ها تدوین پلن تبلیغاتی و بودجه بندی هدفمند
۲. تحقیقات بازار و داده محوری تحقیقات میدانی در بازارهای استانی تحلیل اثربخشی کمپین های قبلی پایش نتایج و ارائه گزارش عملکرد سنجش بازگشت سرمایه تبلیغاتی
۳. ایده پردازی و واحد خلاقه طراحی کانسپت اولیه / کمپین طراحی پیام محوری (Key Message) سناریونویسی تیزر و برنامه های مشارکتی طراحی شعار تبلیغاتی (Tagline) بومی سازی پیام برای هر منطقه طراحی زیرنویس، گزارش آگاهی و ...

۴. تولید محتوای تلویزیونی و رادیویی تولید تیزرهای تلویزیونی و رادیویی (رئال، انیمیشن، big production، موشن گرافیک، D۳ و ... آرم آگهی وله تبلیغاتی زیرنویس تلویزیونی هدفمند رپورتاژ آگهی و برنامه های مشارکتی پوشش خبری و مستندهای برند و ...)
۵. برنامه ریزی و خرید رسانه (Buying & Media Planning) جانمایی هوشمند در باکس های پربیننده استانی انتخاب زمان پخش بر اساس رفتار مخاطب بهینه سازی فرکانس و تکرار مدیریت بودجه رسانه ای
۶. دیجیتال مارکتینگ یکپارچه طراحی کمپین های همزمان تلویزیونی و دیجیتال تبلیغات هدفمند در شبکه های اجتماعی مدیریت صفحات برند تبلیغات کلیک و هدف گذاری جغرافیایی تحلیل داده های دیجیتال و بهینه سازی کمپین
۷. تبلیغات محیطی و گرافیک طراحی بیلبرد و سازه های شهری طراحی لوگو، پوستر و اقلام چاپی و ... توسعه هویت بصری برند نظارت بر اجرای صحیح تبلیغات محیطی

تعاریف

آگهی استانی

معرفی کالا و خدمات با هدف تجاری در شبکه های استانی از طریق طراحی و ساخت آگهی های بازرگانی با سلايق و آداب و رسوم هر منطقه موجب آگاهی بخشی عمومی در سطح یک استان یا چند استان باعث ایجاد علاقه و وفاداری مخاطبین محلی شده و بازخورد این تبلیغات باعث معرفی یک کالا یا خدمت، برند سازی و ارتقا سطح یک برند، فروش بیشتر و خدمات برای صاحبان آگهی خواهد شد.

صاحب آگهی

کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی (اعم از دولتی یا خصوصی) که به منظور معرفی کالا و محصول یا خدمات خود در سطح یک استان، یا منطقه استانی (مشمول بر چند استان) با پذیرش اصول و ضوابط شبکه های استانی، اقدام به انعقاد قرارداد، سفارش و پخش آگهی از شبکه های تلویزیونی و رادیویی شبکه های استانی می نمایند.

ضوابط قرارداد استانی

هر قرارداد استانی به نام یک آگهی دهنده اعم از شخصیت حقیقی یا حقوقی که نام تجاری، نمایندگی رسمی یا مالکیت آن شرکت و صنعت را دارد منعقد می گردد. قرارداد استانی تعهدی است که طبق تعرفه های مصوب شبکه استانی تنظیم و پس از اخذ مدارک معتبر از صاحب کالا و خدمات، نافذ خواهد بود.

صاحبین آگهی که اقدام به انعقاد قرارداد در شبکه های استانی می نمایند کلیه ضوابط و مقررات پخش آگهی در شبکه های استانی را پذیرفته است.

تمام قرارداد ها طبق نمونه هایی که از قبل توسط شرکت آفتاب پارس تهیه شده منعقد و مبادله می شوند تنظیم خواهد شد و هیچگونه تغییری در متن اصلی و نوشتار قرارداد انجام نخواهد گردید انعقاد و امضای قرارداد ها می بایست توسط مقام تشخیص و صاحبان امضای مجاز و دارای سمت (مطابق آخرین روزنامه رسمی (برای اشخاص حقوقی و با ارائه تصویر اساسنامه و آخرین رسمی انجام پذیرد.

قراردادهای پخش استانی به ۲ صورت منعقد می گردد:

قراردادهای پخش سه طرفه:

قراردادهای پخش آگهی که به صورت سه طرفه تنظیم می گردد فی مابین طرف اول: شرکت آفتاب پارس بعنوان مجری طرف دوم: صاحب آگهی (مشتري) و طرف سوم: مشاور تبلیغاتی (کانون تبلیغاتی / شخص (منعقد می گردد .

تبصره ۱: شرط انعقاد قراردادهای سه طرفه استانی , ارائه نامه مشاوره از سوی صاحب آگهی (مشتري) توسط شرکت و کانون تبلیغاتی مشاور و به دفتر استانی می باشد .ضمناً از پذیرش و انعقاد قراردادهای که به هر دلیل چند آگهی دهنده ائتلاف کرده و بطور کل در یک قرارداد گنجانده شوند , خودداری خواهد شد ولیکن طبق قانون تجارت شرکت هایی که به صورت هلدینگ می باشد امکان انعقاد قرارداد را دارند.

تبصره ۲: در صورت قرارداد سه طرفه: تعویض و تغییر مشاور توسط صاحب آگهی فقط با جلب رضایت کتبی مشاور قبلی امکان پذیر خواهد بود.

قراردادهای پخش دو طرفه: قراردادهای پخش آگهی که به صورت دو طرفه تنظیم می گردد فی مابین طرف اول شرکت آفتاب پارس بعنوان مجری و طرف دوم: صاحب آگهی (مشتری (منعقد می گردد . در این نوع قرارداد مشتری خود مستقیم با دفتر استان ها قرارداد را منعقد می نماید و می تواند متعاقباً شرکت مشاور تبلیغاتی را کتباً به دفتر استانی معرفی نماید

گروه بندی صاحبان آگهی

گروه یک: مراکز دولتی - پراتورها - بانک ها - بیمه ها و موسسات مالی و اعتباری صندوق قرض الحسنه
گروه دوم: صنایع - کارخانه ها - شرکت های تولیدی کلان اقتصادی.....
گروه سوم: شرکت های دانش بنیان - مشاغل خدمات صاحبان کالا و خدمات خرد متوسط
گروه چهارم: سایر صاحبان آگهی

تعریف انواع قراردادهای:

- ۱- قراردادهای ملی استانی که توسط بازرگانی صدا و سیما از محل قرارداد سراسری پخش می شود.
- ۲- قراردادهای بومی به قراردادهایی گفته می شود که منشاء صاحب آگهی برند در یک استان قرارداد و در همان استان از طریق دفتر نمایندگی استان اقدام به پخش آگهی می نماید.

۳- قراردادهای بین استانی

آگهی بین استانی به آن گروه از آگهی هایی اطلاق می گردد که در بیش از یک استان پخش گردد و اگر هم فقط در یک استان پخش انجام شود نباید منشاء آگهی در آن استان باشد.

۳-۱ قراردادهای بین استانی به دو بخش اضافه پخش و تایمی (ثانیه ای) تقسیم می شوند

۱- قرارداد اضافه پخش: این تیپ از قرارداد ها جهت مشتریان گروه یک و دو می باشد.
تخفیف قراردادهای اضافه پخش در جدول تخفیفات قراردادهای اضافه پخش اعلام گردیده است.
تبصره در قراردادهای اضافه پخش نرخ پخش آگهی بر اساس تعرفه های زمان پخش آگهی محاسبه می شود.

۲- قرارداد تایمی (ثانیه ای): این تیپ از قراردادها صرفا جهت مشتریان با بودجه تبلیغاتی متوسط (شرکت ها - صاحبان صنایع کوچک و) منعقد می گردد. تخفیف قراردادهای تایمی در جدول تخفیفات قراردادهای تایمی اعلام گردیده است.

تبصره: تمامی قراردادهای پخش و پذیرش آگهی فروش قطعی زمان بوده و در صورت لغو از سوی طرف دوم تعدیل انجام پذیر خواهد بود.

اضافه پخش تسريع :

با توجه به شرايط خاص حاکم بر کشور که پيش آمده جهت حمايت شرايط اقتصادي صاحبان آگهي به منظور تشويق صاحبان کالا و خدمات به کليه قراردادها امتياز پخش تسريع طبق جدول شماره ۱ در نظر گرفته شده است .

جدول شماره ۱

ردیف	شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی
۲	از تاريخ ۱ فروردین تا ۳۱ خرداد	۳۰۰٪

امتیاز حضور اولین بار:

برای حمايت از صاحبان کالاها و خدمات که برای اولین بار اقدام به انعقاد قرارداد پخش آگهي از مراکز استانها نمایند , اضافه پخش تشويقي طبق جدول شماره ۲ تعلق می گیرد.

جدول شماره ۲

ردیف	شرح	درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی
۱	اولین بار بعد از یک سال عدم حضور	۱۰۰ درصد
۲	اولین بار بعد از دو سال عدم حضور	۲۰۰ درصد
۳	اولین بار بعد از سه سال عدم حضور	۳۰۰ درصد

امتیاز حضور مستمر در مراکز استانها :

برای حمايت از صاحبان کالا و خدمات که سابقه تبلیغات در مراکز استانها داشتند علاوه بر سایر امتیازات , اضافه پخش طبق جدول شماره ۳ اعطا خواهد شد .

جدول شماره ۳

ردیف	سال های حضور	درصد اضافه پخش تلویزیونی و رادیویی
۱	یک سال	٪۱۰۰
۲	دو سال	٪۲۰۰
۳	سه سال	٪۳۰۰

جدول تخفیفات اضافه پخش (اضافه پخش و تشویقی رایگان قراردادهای گروه یک و دو)

جدول شماره ۴

میزان بودجه سالانه (تلویزیون و رادیو) تومان	درصد اضافه پخش	درصد تسهیلات تشویقی رایگان
تا ۲ میلیارد تومان	۲۰۰۰۰	۳۰
از ۲ میلیارد تومان تا ۵ میلیارد تومان	۲۵۰۰۰	۴۰
از ۵ میلیارد تومان تا ۱۰ میلیارد تومان	۳۵۰۰۰	۵۰
از ۱۰ میلیارد تومان تا ۲۰ میلیارد تومان	۴۰۰۰۰	۷۰
از ۲۰ میلیارد تومان تا ۳۰ میلیارد تومان	۴۵۰۰۰	۹۰
از ۳۰ میلیارد تومان تا ۴۰ میلیارد تومان	۵۵۰۰۰	۱۳۰
از ۴۰ میلیارد تومان تا ۵۰ میلیارد تومان	۶۰۰۰۰	۱۵۰
۱۰۰ میلیارد تومان	۹۵۰۰۰	۲۵۰

تبصره: از صد میلیارد تومان به بالا به ازای هر بیست میلیارد تومان افزایش بودجه ۵۰۰۰ درصد تخفیف اضافه پخش و ۲۰٪ به تسهیلات تشویقی رایگان افزوده می گردد.

تبصره: به کلیه قراردادهای صاحبان آگهی گروه یک دو که بودجه آنها نسبت به سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ افزایش ۵۰ درصدی داشته باشید ۵۰٪ اضافه پخش و در صورت افزایش ۱۰۰٪ بودجه، ۱۰۰۰۰٪ اضافه پخش بیشتر تعلق می گیرد.

جدول تخفیفات قراردادهای تایمی (قراردادهای گروه سوم):

جدول شماره ۵

میزان بودجه سالانه (تلویزیون و رادیو) تومان	درصد تخیف قرارداد تایمی	ثانیه رایگان
تا ۳ میلیارد تومان	۵٪	۵۰۰
از ۳ میلیارد تومان تا ۷ میلیارد تومان	۹٪	۹۰۰
از ۷ میلیارد تومان تا ۱۰ میلیارد تومان	۱۱٪	۱۱۰۰
از ۱۰ میلیارد تومان تا ۱۲ میلیارد تومان	۱۳٪	۱۳۰۰
از ۱۲ میلیارد تومان تا ۱۵ میلیارد تومان	۱۶٪	۱۶۰۰
از ۱۵ میلیارد تومان تا ۲۰ میلیارد تومان	۲۱٪	۲۱۰۰
از ۲۰ میلیارد تومان تا ۲۵ میلیارد تومان	۲۶٪	۲۶۰۰

امتیاز حضور در ماه مبارک رمضان

صاحبان کالا و خدمات گروه سوم که قرارداد یکساله منعقد کرده اند و قصد دارند در ماه مبارک رمضان جشنواره فروش فوق العاده کالا یا خدمات داشته باشند باید حداکثر یک ماه قبل از آغاز فروش فوق العاده اسناد و مدارک حاکی از عدم افزایش قیمت محصولات و خدمات خود و میزان تخفیف عمومی اعلامی بین ۱۵ تا ۵۰ درصد را که به تایید مراجع ذیصلاح رسیده را ارائه نمایند.

در اینصورت می توانند از تسهیلات رایگان ۵۰۰۰ ثانیه برخوردار شوند.

انواع پرداخت ها (نقدی - صورتحسابی - غیر نقدی)

نقدی:

جدول شماره ۶ پرداخت نقدی گروه یک و دو

جدول شماره ۶

نحوه پرداخت	درصد پرداخت	درصد اضافه پخش
نقدی	۱۰۰	٪۲۰۰
نقدی	از ٪۷۰ تا ٪۹۰	٪۱۵۰
نقدی	از ٪۵۰ تا ٪۷۰	٪۱۰۰
نقدی	از ٪۳۰ تا ٪۵۰	٪۵۰

تبصره: اقساط باقی مانده به صورت ماهانه و مساوی تقسیط و توسط صاحبان آگهی به حساب ذکر شده تا یک ماه پس از پایان قرارداد واریز خواهد شد.

در صورت پرداخت نقدی گروه سوم و چهارم ٪۲۵ تخفیف به مبلغ قرارداد لحاظ می شود .

صورتحسابی :

در صورتی که صاحبان کالا و خدمات به دلیل دولتی بودن امکان ارائه چک ندارند موظف هستند پس از صدور صورتحساب مبلغ آن را به حساب ذکر شده در قرارداد واریز نمایند.

غیر نقدی:

مبلغ قرارداد گروه سوم به صورت ماهانه و مساوی تقسیط و توسط صاحبان آگهی به حساب ذکر شده در قرارداد واریز خواهد شد. اولین قسط همزمان با شروع قرارداد اخذ و آخرین قسط یک ماه پس از پایان قرارداد دریافت و تسویه می شود .

تبصره: درصد مالیات بر ارزش افزوده هر قرارداد بر اساس قانون مالیات بر ارزش افزوده ی همان سال جدا گانه و اضافه بر مبلغ اصلی قرارداد دریافت خواهد شد .

طبقه بندی استانها

استان ها به ۴ منطقه از لحاظ (پراکندگی جمعیت ، موقعیت و جایگاه استراتژیک استان ...) تقسیم بندی می گردند.

منطقه یک: ۷ استان

خراسان رضوی - اصفهان - گیلان - فارس - مازندران - خوزستان - آذربایجان شرقی

منطقه دو: ۱۰ استان

البرز - قم - هرمزگان - اردبیل - زنجان - یزد - کرمان - کرمانشاه - سیستان و بلوچستان - آذربایجان غربی

منطقه سه: ۱۰ استان

بوشهر - همدان - سمنان - قزوین - مرکزی - گلستان - کهگیلویه و بویر احمد - چهار محال بختیاری - کردستان - لرستان

منطقه چهار: ۶ استان

آبادان - مهاباد - کیش - خراسان جنوبی - خراسان شمالی - ایلام

ضرایب منطقه جهت تعرفه های پخش آگهی های اضافه پخش

ضرایب هر منطقه طبق جدول شماره ۷ مشخص گردیده است

جدول شماره ۷

ردیف	مناطق استانی	ضریب
۱	منطقه یک	۳
۲	منطقه دو	۲
۳	منطقه سه	۱.۵
۴	منطقه چهار	۱

در قراردادهای اضافه پخش ضریب منطقه بر اساس جدول فوق اعمال خواهد شد .

جدول ضرایب ماهیانه :

با توجه به اینکه برنامه های صدا و سیما در ماه ها و فصل هایی از سال با نسبتی از مخاطب و سفارش دهندگان روبرو می باشد و آگهی ها نیز مشمول کاهش و یا افزایش تقاضا به نسبت زمان عرضه میگردد. همانند بسیاری از مشاغل در کشور و صنعت تبلیغات در شبکه های بین المللی ، عنصر زمان برای سفارش آگهی نیز به نسبت افزایش یا کاهش مخاطبین در طول دوره سال تعیین کننده نرخ آگهی می باشد. لذا جدول شماره ۸ به صورت ضریب بر روی نرخهای پایه ای جدول شبکه های صدا و سیما برای قراردادهای اضافه پخش و تایمی عمل خواهد شد .

جدول شماره ۸

ردیف	ماه	افزایش درصد	ردیف	ماه	افزایش درصد
۱	فروردین	-	۷	مهر	۲۵
۲	اردیبهشت	۳۰	۸	آبان	۲۵
۳	خرداد	۳۰	۹	آذر	۳۰
۴	تیر	۱۰	۱۰	دی	۳۵
۵	مرداد	۲۰	۱۱	بهمن	۵۰
۶	شهریور	۵۰	۱۲	اسفند	۶۰

لازم به ذکر است کلیه درصدهای افزایش ضرایب ماهانه بر روی جدول تعرفه پایه آگهی منظور خواهد شد و به دلیل شرایط حاکم بر کشور در سال ۱۴۰۵ فروردین ماه افزایش درصد تعرفه لحاظ نشده است .

ضرایب گروه های صاحبان آگهی

جدول شماره ۹

ردیف	گروه
۱	مراکز دولتی - پراتورها - بانک ها - بیمه ها و موسسات مالی و اعتباری....
۲	صنایع - کارخانه ها - شرکت های تولیدی کلان اقتصادی
۳	شرکت های دانش بنیان - مشاغل خدمات صاحبان کالا و خدمات خرد متوسط و سایر صاحبان آگهی

تعرفه قراردادهای اضافه پختی

جدول شماره ۱۰ (تعرفه طبقات گروه یک و دو)

طبقه	آگهی قبل (ریال)	طبقه	آگهی قبل (ریال)
۱	۳,۰۰۰,۰۰۰	۲۱	۱۴,۵۰۰,۰۰۰
۲	۳,۵۰۰,۰۰۰	۲۲	۱۵,۰۰۰,۰۰۰
۳	۴,۰۰۰,۰۰۰	۲۳	۱۷,۰۰۰,۰۰۰
۴	۴,۵۰۰,۰۰۰	۲۴	۱۸,۰۰۰,۰۰۰
۵	۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵	۱۹,۰۰۰,۰۰۰
۶	۵,۵۰۰,۰۰۰	۲۶	۲۱,۰۰۰,۰۰۰
۷	۶,۰۰۰,۰۰۰	۲۷	۲۲,۰۰۰,۰۰۰
۸	۶,۵۰۰,۰۰۰	۲۸	۲۴,۰۰۰,۰۰۰
۹	۷,۰۰۰,۰۰۰	۲۹	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۰	۷,۵۰۰,۰۰۰	۳۰	۲۷,۰۰۰,۰۰۰
۱۱	۸,۰۰۰,۰۰۰	۳۱	۳۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۲	۸,۵۰۰,۰۰۰	۳۲	۳۳,۰۰۰,۰۰۰
۱۳	۹,۰۰۰,۰۰۰	۳۳	۳۷,۰۰۰,۰۰۰
۱۴	۹,۵۰۰,۰۰۰	۳۴	۴۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۵	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۵	۴۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۶	۱۰,۵۰۰,۰۰۰	۳۶	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۷	۱۱,۰۰۰,۰۰۰	۳۷	۵۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۸	۱۲,۰۰۰,۰۰۰	۳۸	۶۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۹	۱۳,۰۰۰,۰۰۰	۳۹	۶۵,۰۰۰,۰۰۰
۲۰	۱۳,۵۰۰,۰۰۰	۴۰	۷۰,۰۰۰,۰۰۰

تعرفه پایه قراردادهای تایمی (ثانیه ای)

جدول شماره ۱۱

ردیف	نام مرکز	نرخ ۱ ثانیه تلویزیونی	نرخ ۱ ثانیه رادیویی
۱	منطقه یک	۳.۷۰۰.۰۰۰	۲.۰۰۰.۰۰۰
۲	منطقه دو	۲.۵۰۰.۰۰۰	۱.۵۰۰.۰۰۰
۳	منطقه سوم	۱.۵۰۰.۰۰۰	۷۰۰.۰۰۰
۴	منطقه چهارم	۸۰۰.۰۰۰	۴۰۰.۰۰۰

تعریف انواع آگهی و جایگاه های پخش:

- ۱: حداقل زمان آگهی استانی در تلویزیون ۱۲ ثانیه و رادیو ۱۰ ثانیه بوده و کمتر از این زمان نیز همان ۱۲ و ۱۰ ثانیه محاسبه خواهد شد.
- ۲: نرخ باکس بین برنامه معادل ۲ برابر نرخ طبقه همان برنامه در تلویزیون و نرخ آگهی بین برنامه رادیویی معادل قبل برنامه می باشد
- ۳: زمان هر زیر نویس ۱۵ ثانیه بوده و کمتر از آن نیز همان ۱۵ ثانیه محسوب و نرخ آن معادل ۲ برابر نرخ طبقه همان برنامه خواهد بود.
- ۴: دعوت به تماشا متناسب به زمان هر برنامه دارای سه جایگاه پخش ((قبل ، ادامه ، انتها)) بوده و برای هر نوبت حداقل ۱۵ ثانیه محاسبه خواهد شد. نرخ دعوت به تماشا معادل سه برابر نرخ همان برنامه می باشد.
- ۵: نشان آگهی نمایش نام و نشان تجاری و شعار صاحبان آگهی بدون گفتار همراه آرم و نشان بازرگانی توام با موسیقی مصوب شده می باشد و مدت زمان آن ۶ ثانیه بوده و در ابتدا و انتهای هر باکس آگهی قابل پخش می باشد و نرخ آن معادل ۳ برابر نرخ همان برنامه می باشد
- ۶: گزارش آگهی به آن دسته از آگهی های تلویزیونی گفته می شود که حداقل زمان آگهی ۱۲۰ ثانیه می باشد و همچنین می بایست محتوای آگهی نحوه تولید یک محصول را به نمایش بگذارد و تشخیص آن صرفا با شورای تخصصی کد و شرکت آفتاب پارس بوده و مبنای محاسبه نرخ آن معادل ۷۰ درصد نرخ پایه آگهی تلویزیونی محاسبه می شود
- ۸: حک آرم به صورت کادری در اندازه ۱/۵ برابر آرم شبکه در گوشه کادر تلویزیون حک می گردد و فقط با تایم ۱۵ ثانیه قابل نمایش بوده و نرخ آن معادل دو برابر نرخ همان برنامه محاسبه می شود .
- ۹: چنانچه آگهی در حوزه ارزش افزوده (وس) باشد ضریب ۱/۵ به ضرایب فوق الذکر افزوده می گردد و شامل همه نوع آگهی خواهد بود.

۱۰: ضریب فوتبال زنده ۳ برابر بوده و این ضریب در تمامی قراردادهای تایمی و اضافه پخش اعمال خواهد گردید.

۱۱. نرخ آگهی بعد از برنامه در قراردادهای اضافه پخش معادل هشتاد درصد نرخ آگهی قبل از همان برنامه محاسبه می شود (مشروط بر آنکه قبل از برنامه بعدی نباشد).

نوار شاهد:

چنانچه صاحب آگهی **نوار شاهد** جهت پخش انجام پذیرفته را درخواست نماید، دفتر استانی پس از اخذ هزینه مانیتورینگ (هر ثانیه ۲۰۰,۰۰۰ ریال) نوار شاهد پخش را تحویل خواهد نمود.

شرایط خاص:

جایگاه های پخش و چیدمان آگهی در باکسها دارای اهمیت ویژه ایی جهت برخی از صاحبان آگهی می باشد لذا چنانچه صاحب آگهی در خواست چیدمان آگهی در جایگاه ویژه (شرایط خاص) باکس ها را داشته باشد: ضرایب جدول شماره ۱۲ اعمال خواهد شد.

جدول شماره ۱۲

شرایط خاص	ضریب
اولین آگهی - آخرین آگهی	۶۰٪
دومین آگهی - یکی مانده به آخر	۴۰٪
سومین آگهی - دو تا مانده به آخر	۲۰٪

تبصره: این ضرایب در ابتدا و انتهای هر باکس اعمال خواهد شد و رزرو جایگاه پخش با شرایط خاص به منزله فروش قطعی جایگاه باکس می باشد. و صاحبان آگهی صورتحسابی در صورت رزرو آگهی با شرایط خاص همزمان با صدور فاکتور موظف به تسویه حساب نقدی می باشند.

جدول طبقات برنامه های رادیویی شبکه ها - قرارداد اضافه بخشی

جدول شماره ۱۳

عنوان برنامه	منطقه یک	منطقه دو	منطقه سه	منطقه چهار
برنامه های عادی ۶:۳۰ الی ۱۹:۵۹	۳۵	۳۳	۳۱	۲۸
برنامه های ویژه ۲۰ الی ۶:۲۹ روز بعد	۳۳	۳۱	۲۸	۲۶

جدول طبقات برنامه های تلویزیونی شبکه ها - قرارداد اضافه بخشی

جدول شماره ۱۴

عنوان برنامه	منطقه یک	منطقه دو	منطقه سه	منطقه چهار
قبل از برنامه ورزشی - مذهبی-کودک	۳۵	۳۳	۳۱	۲۸
قبل از خبر استانی (از ساعت ۶ الی ۱۸:۵۹ و بعد از ۲۳)	۳۶	۳۵	۳۳	۳۰
قبل از تکرار سریال و سینمایی استان	۳۵	۳۳	۳۱	۲۸
قبل فیلم سینمایی یا سریال	۳۸	۳۶	۳۴	۳۱
قبل از برنامه ویژه محلی	۴۰	۳۸	۳۶	۳۳
قبل از خبر استانی (از ساعت ۱۹ الی ۲۳)	۴۰	۳۸	۳۶	۳۳
قبل از مسابقات فوتبال زنده	۴۰	۳۸	۳۶	۳۳

تبصره : چنانچه بر اساس تغییرات در میزان عرضه و تقاضا ، میانگین زمانی هر بسته آگهی در نیمه اول هر ماه بیش از شصت درصد از حجم آن بسته آگهی باشد طبقه یا ضریب بسته آگهی افزایش خواهد یافت .

قراردادهای ویژه رادیویی :

از آنجا که رادیو رسانه ای پر شنونده و بسیار تاثیر گذار بر روی شنونده میباشد و برای بسیاری از مشتریان جایگاهی ویژه دارد، لذا جهت حمایت از صاحبان آگهی تخفیفات ویژه ای را در نظر گرفته شده است.

جدول تخفیفات قراردادهای رادیویی

جدول شماره ۱۵

میزان تخفیف بخش	درصد تخصیص بودجه در رادیو استانها
بخش به همان میزان تایم رادیو رایگان	۱۰۰٪/بودجه کل قرارداد در رادیو

بخش رایگان تولیدات ملی گروه ۳ :

به شرکت های تولید کننده و اصناف توزیع کننده کالاهای ایرانی ، چنانچه مبلغ قرارداد بصورت نقدی پرداخت شوند ۵۰ ثانیه ۵۴٪/تلویزیون و ۵٪ رادیو (در تمامی شبکه های استانی انجام خواهد شد .

فسخ قرارداد و نحوه تعدیل:

چنانچه به هر دلیلی صاحب آگهی درخواست لغو قرارداد را مطرح نماید بنا به نوع قرارداد به شیوه ذیل عمل خواهد شد.

فسخ قراردادهای اضافه بخشی

در صورت فسخ قرارداد با اعلام کتبی صاحب آگهی و با توجه به مدت باقیمانده قرارداد با کسر امتیازات اضافه بخش متناسب با بخش صورت گرفته در بازه زمانی بخش تمام امتیازات کسر و جمع کل تعرفه ی بخش شده محاسبه و در جدول اضافه بخش مربوطه قرارداد و متناسب با بودجه قرارداد تعدیل می گردد. و شرکت آفتاب پارس حق دارد تمامی ضرر و زیانهای وارده را از طریق اسناد و مراجعه به مراجع ذیصلاح قانونی پیگیری نماید.

فسخ قراردادهای تایمی:

نحوه فسخ قراردادهای تایمی در تعدیل قرارداد تایمی ملاک محاسبه میزان ثانیه پخش شده از آگهی با لحاظ مدت زمان اجرا شده از قرارداد میباشد. میزان ثانیه مصرفی (مستهلک شده) محاسبه و میزان زمان استفاده (نشده فرارسیده) با نرخ ۵۰٪ مورد محاسبه میباشد ((تایم مصرفی و سوخت شده سپری شده از قرارداد بعلاوه ۵۰٪ از تایم مدت مانده از قرارداد با حذف تخفیفات بودجه ایی و ضرایب مربوطه و لحاظ ضرایب ماهانه برای نرخ هر ثانیه))

تبصره: مبالغ محاسبه شده تعدیل از مبلغ نقدی پرداخت یا از محل چک های نزد شرکت آفتاب پارس دریافت خواهد شد

