

تاریخ تصویب: ۱۳۸۳/۰۳/۱۲

تاریخ ابلاغ: ۱۳۸۳/۰۳/۲۹

شماره صدور: ۱۶۰/۵۲۷/۵۱۲۷

ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری در تهران^۱

ماده ۱: ضرورت و اهداف

به منظور صیانت و پاسداری از ارزش‌های اسلامی، تاریخی و هویت ملی و ساماندهی منظر و سیمای شهر تهران به عنوان مرکز نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و همچنین حفظ حقوق شهروندی مردم شریف تهران، شهرداری تهران به عنوان تنها مرجع قانونی صدور مجوز نصب و بهره برداری از ابزارهای تبلیغاتی در سطح شهر تهران، وفق قوانین و مقررات موضوعه موظف است هر نوع فعالیت محیطی در سطح شهر تهران را هدایت و کنترل نماید و کلیه امور تبلیغات محیطی و شهری شامل ایجاد بسترهای لازم برای رشد منطقی صنعت تبلیغات محیطی و همچنین تمهید امکانات و نظام نظارت بر نحوه بهره برداری از رسانه‌های تبلیغات محیطی در محدوده شهر تهران و حریم قانونی آن را ساماندهی نماید.

ماده ۲: تعاریف

با استناد به قوانین و مقررات موضوعه تعاریف به شرح بندهای ذیل در این مصوبه مورد نظر می‌باشد:

الف) تبلیغات محیطی: عبارت است از ارائه و نمایش و ابلاغ هر نوع پیام با استفاده از ابزارهای گوناگون بصری (رسانه‌های تبلیغات محیطی) با اهداف

۱- متن مصوبه از سوی فرمانداری تهران مورد اعتراض واقع شده و در این خصوص اصلاحیه شماره ۱۶۰/۵۶۵/۱۱۲۷ به تاریخ تصویب ۱۳۸۳/۵/۲۷ از سوی شورای اسلامی شهر تهران صادر شده است.

- در خصوص متن مصوبه اصلاحیه دوم شماره ۱۶۰/۷۶۹/۱۴۶۵۴ به تاریخ تصویب ۱۳۸۵/۶/۷ صادر شده است.

- در خصوص متن مصوبه اصلاحیه شماره ۱۶۰/۱۱۲۳/۹۲۵۲ به تاریخ تصویب ۱۳۸۷/۵/۲۲ صادر شده است.

بازرگانی، فرهنگی و اجتماعی که توسط پیام دهنده در فضاهای عمومی شهر در معرض دید مخاطبان و گیرندگان پیام قرار می‌گیرد.

ب) رسانه تبلیغات محیطی: عبارت است از هر نوع وسیله و ابزار اعم از تابلوهای شهری (بیلورد) پلاکارد، برزنت، نمایشگرهای الکترونیکی، دیجیتالی و لیزری، ماکت حجمی، بالن، برجسب و امثال اینها که به منظور انتقال پیام در فضای شهری مورد استفاده و بهره برداری قرار می‌گیرد.

ج) فضای تبلیغات محیطی شهر: عبارت است از هر نوع مکان و محلی که به هر شکل ممکن شرایط لازم و مناسب را برای استقرار و بهره برداری رسانه محیطی داشته باشد، به نحوی که امکان رساندن پیام به مخاطبان با استفاده از رسانه محیطی در آن مکان میسر باشد. این فضاها شامل کلیه مکان‌های عمومی شهر، فضاهای تاریخی، کف و حاشیه مسیرهای پیاده و سواره رو، پل‌ها، بدنه مبلمان شهری، ایستگاه‌ها و جداره بیرونی و درونی و سایط نقلیه عمومی، بام و نمای بناهای ساخته شده و یا در حال ساخت اعم از خصوصی یا عمومی، آسمان شهر، اشجار و فضای سبز، کوه‌ها و امثالهم می‌باشد.

ماده ۳: دستگاه مجری

بنا بر ضرورت ایجاد هماهنگی و وحدت رویه و تمرکز سیاست گذاری، تصمیم سازی و تصمیم گیری در خصوص مدیریت و نظارت بر سامانه تبلیغات محیطی در شهر تهران با اهداف حفظ زیبایی و نشاط در سیمای شهر، جلوگیری از اغتشاشات بصری، ایجاد زمینه‌های ارتقاء فرهنگ شهری، توزیع عادلانه امتیازات عمومی و منطقی نمودن درآمدهای شهرداری از محل واگذاری حق بهره برداری از فضاهای تبلیغاتی و در اجرای ماده هشتاد و چهارم قانون شهرداری‌ها، سازمان زیباسازی شهرداری تهران به نیابت از شهرداری تهران به عنوان متولی اصلی و دستگاه اجرایی مسئول جهت اعمال مدیریت و نظارت بر تبلیغات محیطی و شهری از منظر مبلمان شهری و زیبا شناختی در چارچوب قوانین و مقررات موضوعه و همچنین مفاد این مصوبه تعیین می‌شود تا در مورد واگذاری امتیاز بهره برداری از فضاهای تبلیغی شهر اعم از عرصه و اعیان به صورت جزئی یا کلی و برای مدت معین به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت و شرایط در قبال اخذ سهم درآمد سازمان اقدام نماید.

تبصره: کلیه واحدها، سازمان‌ها و شرکت‌های تابعه شهرداری تهران موظفند از تاریخ ابلاغ این مصوبه کلیه فعالیت‌های تبلیغاتی و همچنین رسانه‌های محیطی و شهری در اختیار خود را وفق مفاد این مصوبه و با اخذ مجوز از سازمان زیباسازی شهرداری تهران و در چارچوب دستورالعمل و آیین‌نامه‌های اجرایی مربوط اقدام و هماهنگ نمایند.

ماده ۴: چگونگی واگذاری فضاها، محیطی و تبلیغاتی شهر

سازمان زیباسازی شهرداری تهران به نیابت از شهرداری تهران موظف است ضمن تمهید شرایط و زمینه برای رقابت آزاد و سالم بین افراد حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت در زمینه تبلیغات محیطی و شهری و توزیع عادلانه امتیازات عمومی بین آنان و با رعایت قوانین و مقررات و آیین‌نامه‌های معاملاتی سازمان نسبت به واگذاری امتیاز بهره‌برداری از فضاها، تبلیغاتی شهری از طریق برگزاری مزایده و با هدف تأمین منابع مالی با رعایت صرفه و صلاح شهرداری تهران اقدام نماید.

تبصره: امتیاز بهره‌برداری از فضاها، تبلیغاتی محیطی شهر صرفاً با محدوده زمانی مشخص و بر اساس ضوابط و قرارداد منعقد شده قابل واگذاری است و پس از انقضای مدت قرارداد هیچ‌گونه حقوقی اعم از حقوق کسب و پیشه و یا مالکیت معنوی ابزارهای رسانه‌ای محیطی و غیر از این‌ها به اشخاص حقیقی و حقوقی طرف قرارداد تعلق نخواهد گرفت و سازمان زیباسازی موظف است به هنگام عقد قرارداد نسبت به تعیین قیمت پیکره‌های رسانه‌ای اقدام نموده و همچنین جهت احراز مالکیت پیکره‌های مذکور، هزینه ایجاد آنها را از طریق کسر تعهدات مالی طرف قرارداد و یا به صورت نقدی و با رعایت صرفه و صلاح شهرداری پرداخت و مراتب را در دفاتر مربوط ثبت نماید.

ماده ۵: چگونگی ارزش‌گذاری و تعیین ارزش واگذاری امتیاز حق

بهره‌برداری از فضای تبلیغ شهری

به منظور نظارت بر بهای خدمات تبلیغات محیطی و شهری و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و اعمال سیاست‌های حمایت از کالاهای تولید داخل و محصولات فرهنگی و هنری حداقل سهم سازمان زیباسازی از درآمد ناخالص خدمات تبلیغی توسط کارگزار معادل سی و پنج درصد تعرفه فروش خدمات توسط وی بر مبنای موقعیت و ارزش مکانی ابزار رسانه‌ای تعیین می‌شود،

همچنین حداقل میزان درآمد سازمان نباید از قیمت پایه مزایده که توسط سازمان تعیین می‌شود کمتر باشد.

تبصره ۱: مبنای تعیین سهم درآمد سازمان، تعرفه سالیانه فروش خدمات تبلیغات محیطی است که توسط هر یک از طرف‌های قرارداد به طور جداگانه تهیه و تنظیم شده و به تأیید سازمان زیباسازی شهرداری تهران می‌رسد. این تعرفه به عنوان سقف درآمد کارگزاران تلقی شده و بر همین اساس ضرورت دارد طرف‌های قرارداد یک نسخه از قراردادهای فروش خدمات خود را به اشخاص ثالث (صاحب کالا و خدمات) در اختیار سازمان زیباسازی قرار دهند.

تبصره ۲: جهت حمایت از کالاهای فرهنگی، هنری و تولیدات داخلی می‌باید تخفیفات مناسب در تعرفه‌های موضوع تبصره یکم این ماده منظور شود.

ماده ۶: نحوه اعمال نظارت

به منظور کنترل محتوا و شکل پیام‌های تبلیغاتی، بازرگانی، فرهنگی، هنری و اجتماعی در چارچوب قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور شورایی تحت عنوان «شورای نظارت بر تبلیغات محیطی» متشکل از یک نفر از اعضای شورای اسلامی شهر تهران، نماینده سازمان فرهنگ و هنری شهرداری تهران، نماینده سازمان تبلیغات اسلامی، نماینده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران به معرفی مدیرکل استان و مدیر عامل سازمان زیباسازی شهرداری تهران تشکیل می‌شود. این شورا موظف است محتوا و شکل پیام‌های تبلیغاتی را پیش از اکران و اجرا مورد بررسی و تصویب قرارداد و بر حسن اجرای آنها نظارت نماید، شورای مزبور موظف است صرفاً به آگهی‌های تبلیغاتی کالاهایی مجوز دهد که دارای مجوزهای قانونی لازم برای تولید آن کالا در داخل و یا ورود قانونی آن به کشور از مراجع ذیصلاح باشند.

تبصره ۱: طرف‌های قرارداد پیش از اکران و اجرای آگهی‌های تبلیغاتی و پس از کسب نظر موافق مراجع ذیربط (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) ملزم به اخذ مجوز رسمی و کتبی از شورای نظارت بر تبلیغات محیطی سازمان زیباسازی می‌باشند.

تبصره ۲: طرف‌های قرارداد ملزم به اکران و اجرای پانزده درصد از ظرفیت اسمی سالیانه رسانه‌های محیطی در اختیار برای آگهی‌های فرهنگی، هنری،

اجتماعی و آموزش‌های شهروندی می‌باشند. محتوای این آگهی‌ها توسط سازمان زیباسازی شهرداری تهران تهیه و پس از تصویب در شورای نظارت بر تبلیغات محیطی در طول مدت قرارداد به طرف‌های قرارداد ابلاغ خواهد شد.

ماده ۷: شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) موظف است از تاریخ ابلاغ این مصوبه و حداکثر ظرف مدت پانزده روز با همکاری، هماهنگی و تعامل با دیگر حوزه‌های شهرداری تهران به ویژه شهرسازی و معماری، حمل و نقل و ترافیک، فرهنگی، اجتماعی و دیگر نهادها و دستگاه‌های اجرایی ذیربط و مرتبط با تبلیغات محیط شهری، نسبت به تهیه و تدوین دستورالعمل‌های اجرایی لازم جهت اجرای مفاد این مصوبه با رعایت و لحاظ بندهای به شرح ذیل اقدام و جهت تصویب به کمیسیون تلفیق متشکل از رؤسای کمیسیون‌های سه گانه و اصلی شورا ارائه نماید:

(الف) تعیین ضوابط تشویقی به منظور حمایت از فن‌آوری، خلاقیت و ابتکار در صنعت تبلیغات محیطی و ایجاد ظرفیت‌های جدید در شهر.

(ب) تعیین حدنصاب‌های کمی لازم به منظور ایجاد توازن منطقی در نحوه واگذاری سطح قابل بهره برداری فضاهای تبلیغی و محیطی برای کارگزاران.
(ج) تعیین سیاست‌های تشویقی به منظور معرفی کالاهای تولید داخل از طریق اعمال تخفیف در تعرفه و ایجاد شرایط حمایتی در تعرفه‌های فروش خدمات تبلیغاتی این نوع کالاها.

(د) تعیین سهم مشخصی از فضای تبلیغات محیطی شهر تهران به امر اطلاع رسانی، آموزش و ارائه پیام‌های فرهنگی، اجتماعی عام‌المنفعه و چگونگی اجرای آن.

(ه) تعیین ضوابط مربوط به محتوای پیام‌ها اعم از چگونگی استفاده از تصاویر و رنگ‌ها، شعارها، عبارات متن در چارچوب قوانین و مقررات عمومی کشور.

(و) تدوین دقیق آئین نامه مزایده واگذاری فضاهای تبلیغات محیطی به کارگزاران (اشخاص حقیقی و حقوقی) براساس آیین‌نامه مالی و معاملاتی شهرداری تهران و قوانین و مقررات موضوعه.

(ز) سایر موارد اجرایی عند الزوم.