

شماره: ۹۲۷۰ / ۱۸۹۸ / ۱۷۰
تاریخ: ۹۳ / ۴ / ۱۰
پیوست:



شورای اسلامی شهر تهران

بررسی



جمهوری اسلامی ایران

جناب آقای دکتر محمدباقر قالیباف

شهردار محترم تهران

سلام علیکم

بازگشت به نامه شماره ۱۰/۸۰۴۵۵۳ به تاریخ ۹۲/۷/۲۰ جنابعالی در خصوص لایحه «سازماندهی تبلیغات محیطی در شهر تهران» مشبوت به شماره ۱۶۰/۱۳۹۸ به تاریخ ۹۲/۷/۲۰ که جهت بررسی به کمیسیون برنامه و بودجه شورا ارسال شده، پس از وصول گزارش کمیسیون مذکور بررسی آن در دستور کار هفتادمین و هفتاد و دومین جلسات رسمی شورا منعقد به تاریخهای یکشنبه هجدهم و یکشنبه بیست و پنجم خردادماه سال ۱۳۹۳ قرار گرفت و نهایتاً در جلسه اخیرالذکر مفاد آن مشتمل بر هشت ماده و نه تبصره با اتفاق آرای موافق (بیست و سه رأی) اعضای حاضر در جلسه به تصویب رسید که به پیوست متن مصوبه مزبور را جهت اقدام و اجراء، ایفاد و ارسال می‌نماید.

بدیهی است وفق ماده هشتادم (۸۰) قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخاب شهرداران مصوب ۱۳۷۵/۳/۱ و اصلاحات قانونی بعدی آن، مصوبه مزبور در صورتی که تا دو هفته پس از تاریخ ابلاغ مورد اعتراض مسئولین ذیربط قرار نگیرد لازم الاجرا خواهد بود. ۹۳/۴/۱۷

احمد مسیحیجام
رئیس شورای اسلامی شهر تهران

رونوشت:

- رئیس محترم مجمع نمایندگان استان تهران در مجلس شورای اسلامی جهت استحضار و ابلاغ به نمایندگان محترم مردم تهران.
- روسای محترم کمیسیون های اصلی شورای اسلامی شهر تهران جهت استحضار و رویت دیگر اعضای محترم آن کمیسیون ها.
- معاون محترم اداری و اجرایی شورای اسلامی شهر تهران جهت استحضار و دستور اقدام لازم.
- معاون محترم نظارت شورای اسلامی شهر تهران جهت استحضار.
- فرماندار محترم تهران جهت استحضار.
- رئیس محترم شورای اسلامی استان تهران جهت استحضار.
- رئیس شورای اسلامی شهرستان تهران.
- روابط عمومی و بین الملل شورای اسلامی شهر تهران جهت درج در پایگاه اینترنتی شورا.
- اداره مصوبات (۴ ل).

۹۳/۴/۱۷
محمدباقر قالیباف



جمهوری اسلامی ایران



شورای اسلامی شهر تهران

شماره:
تاریخ:
پیوست:

مشخصات مصوبه

عنوان:

« ساماندهی تبلیغات محیطی در شهر تهران »

(مشتمل بر هشت (۸) ماده و نه (۹) تبصره)
به انضمام گردش کار تصویب

شناسه مصوبه : ۱۸۹۸
رده‌بندی مصوبه : (۴/۹۳/۷۲/۱)

مصوب هفتمین و هفتمین دومین جلسات رسمی - علنی - فوق العاده
شورای اسلامی شهر تهران (دوره چهارم)
به تاریخ‌های یکشنبه هجدهم و یکشنبه بیست و پنجم
خردادماه سال ۱۳۹۳

این مصوبه در پایگاه اینترنتی شورای اسلامی شهر تهران به نشانی <http://shoratehran.ir>
قابل دسترسی است.



جمهوری اسلامی ایران



شورای اسلامی شهر تهران

شماره: _____
تاریخ: _____
پرست: _____

شماره مصوبه: ۱۸۹۸

رده‌بندی مصوبه: ۴/۹۳/۷۲/۱

ماده یکم (۱):

به منظور صیانت و پاسداری از ارزش‌های اسلامی و تاریخی و هویت ملی و انقلابی ساعاندهی و ارتقای کیفیت سیما و منظر شهری شهر تهران به عنوان مرکز نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و همچنین حفظ حقوق شهروندی مردم شریف تهران، شهرداری تهران در راستای مدیریت و نظارت بر واگذاری امتیاز بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغاتی منصوب در سطح شهر تهران وفق قوانین و مقررات موضوعه موظف است با همکاری دیگر دستگاه‌های اجرایی مسئول، نسبت به ایجاد بسترهای لازم برای رشد منطقی صنعت تبلیغات محیطی و همچنین تمهید امکانات و نظام نظارت بر نحوه بهره‌برداری از رسانه‌های تبلیغات محیطی در محدوده و حریم شهر تهران با رعایت مفاد این مصوبه اقدام نماید.

ماده دوم (۲):

در این مصوبه عبارت‌های ذیل در معانی مشروح مربوط بکار می‌روند.

(۱) تبلیغات فرهنگی: به آن دسته از تبلیغات محیطی که جنبه اطلاع‌رسانی عمومی، ملی، مذهبی، اجتماعی، سیاسی و ورزشی دارد و کالا و خدمات بازرگانی و تجاری را تبلیغ نمی‌کند، اطلاق می‌شود.

(۲) تبلیغات محیطی: به شیوه‌ای از تبلیغات اطلاق می‌گردد که با استفاده از ابزارهای تبلیغات محیطی منصوب و یا غیرمنصوب از قبیل اکران و پخش تصاویر، نوشتار، اشکال، نمادها و امثالهم در اماکن، محل‌ها و فضاهای عمومی شهر و در معرض دید عموم قرار دادن آن‌ها، اطلاع‌رسانی و انتقال پیام مشخص به مخاطبان صورت گیرد.

(۳) رسانه تبلیغات محیطی: به مجموعه ابزارهای تبلیغاتی اعم از تابلوهای شهری (بیلورد)، تابلوهای صنفی، تابلوهای عرشه و بدنه پل‌های هوایی، پرتابل‌ها، استندها، پانل‌ها، آویزهای تبلیغاتی، برزنت، نمایشگرهای شهری، تبلیغات منقوش بر بدنه خودروهای خصوصی و عمومی، تابلوهای نوری (دیجیتالی)، ماکت، بالن، پوستر، پرچسب و امثالهم که به منظور اطلاع‌رسانی، تبلیغ و یا انتقال پیام مشخص در اماکن، محل‌ها و فضاهای عمومی شهری مورد استفاده و بهره‌برداری تبلیغاتی اشخاص حقیقی و حقوقی قرار می‌گیرد، رسانه تبلیغات محیطی اطلاق می‌گردد.

(۴) فضای تبلیغات محیطی شهری: عبارت است از هر نوع مکان و محلی که به هر شکل ممکن شرایط لازم و مناسب را برای استقرار و بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغات محیطی داشته باشد، به نحوی که امکان رساندن پیام به مخاطبان با استفاده از رسانه تبلیغات محیطی در آن مکان میسر باشد این



فضاها شامل کلیه فضاهای عمومی شهر، مکان‌های تاریخی، کف و حاشیه مسیرهای پیاده‌رو و سواره‌رو، عرشه پل‌ها (سواره‌رو و پیاده‌رو)، بدنه مبلمان شهری، ایستگاه‌های اتوبوس شهری، مترو و تاکسی، کیوسک‌های خدماتی، بدنه بیرونی و درونی وسایط نقلیه عمومی و خصوصی، نما، جداره، بام و محوطه بناهای ساخته شده و یا در حال ساخت اعم از خصوصی یا دولتی، آسمان شهر، فضای سبز، کوه‌ها و امثالهم می‌باشد.

(۵) ابزار تبلیغات محیطی: منظور از ابزار تبلیغات محیطی در این مصوبه عبارت از هر نوع وسیله، سازه و یا پیکره اعم از تابلوهای شهری (بیلبرد)، صنفی، استند، پرتابل، پانل‌های شیشه‌ای، تابلوهای منصوب بر عرشه و پایه پل‌های هوایی (سواره و پیاده)، نمایشگرهای شهری، ماکت، احجام، تابلوهای نوری (دیجیتالی)، آویزهای تبلیغاتی، برزنت، بالن، تبلیغات روی بدنه واگن‌های مترو و خودروها، تابلوهای منصوب بر روی مبلمان شهری، پوستر و برجسب می‌باشد که طبق ضوابط فنی سازمان زیباسازی شهر تهران طراحی و به منظور انتقال پیام مشخصی در معرض دید عموم نصب و مورد بهره‌برداری تبلیغاتی قرار گیرد.

(۶) کارگزار: به کلیه کانون‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی اطلاق می‌شود که دارای پروانه تبلیغات محیطی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده و حائز رتبه کارگزاری در «طرح رتبه‌بندی کانون‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی» سازمان زیباسازی باشد.

(۷) بهره‌بردار: به کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی اطلاق می‌شود که به منظور معرفی کالا و خدمات خود و یا دیگران با استفاده از ابزارهای تبلیغات محیطی، مجوز لازم از سازمان زیباسازی و یا کارگزار مجاز دریافت می‌نمایند.

(۸) آموزش: منظور از آموزش: ارتقاء سطح آگاهی شهروندان به حقوق و تکالیف شهروندی، مشارکت در حسن انجام مأموریت‌های مدیریت شهری، نشر معارف دینی و ملی با مضامین اخلاق و رفتار شهروندی، ارتقاء سلامت و محیط زیست می‌باشد.

ماده سوم (۳):

بنا بر ضرورت ایجاد هماهنگی و وحدت‌رویه و تمرکز سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در خصوص مدیریت و نظارت بر واگذاری امتیاز بهره‌برداری از فضای تبلیغات محیطی در شهر تهران با اهداف حفظ زیبایی و نشاط در سیمای شهر، ایجاد زمینه‌های ارتقاء فرهنگ شهری، توزیع عادلانه امتیازات عمومی و درآمدهای شهرداری از محل واگذاری حق بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغات محیطی



شماره مصوبه: ۱۸۹۸

ردیف مصوبه: ۴/۹۳/۷۲/۱

و در اجرای ماده هشتاد و چهارم (۸۴) قانون شهرداری‌ها، سازمان زیباسازی شهر تهران به نیابت از شهرداری تهران به عنوان متولی اصلی و دستگاه اجرایی مسئول جهت اجرای مفاد این مصوبه تعیین می‌شود تا به منظور نظارت بر امتیاز بهره‌برداری از فضای تبلیغات محیطی شهر تهران و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و اعمال سیاستهای حمایت از کالاهای تولید داخل و اصلاح الگوی مصرف محصولات فرهنگی و هنری با رعایت کلیه قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور که در مورد واگذاری امتیاز بهره‌برداری از فضاهای تبلیغات محیطی شهر تهران اعم از فضای تبلیغات محیطی مرتبط با ابزارهای تبلیغاتی در مالکیت شهرداری تهران و یا خارج از آن در چارچوب ضوابط و مقررات موضوعه، مفاد این مصوبه و آیین‌نامه مالی و معاملاتی سازمان زیباسازی شهر تهران به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت اعم از کارگزار و یا بهره‌بردار در قبال اخذ سهم در آمد سازمان اقدام نماید.

تبصره یکم (۱):

کلیه مناطق، واحدها، سازمان‌ها و شرکتهای وابسته به شهرداری تهران و همچنین سایر دستگاه‌های اجرایی اعم از دولتی و عمومی موظفند از تاریخ ابلاغ این مصوبه کلیه فعالیت‌های تبلیغاتی و همچنین رسانه‌های محیطی و شهری در اختیار خود را وفق مفاد این مصوبه و یا اخذ مجوز از سازمان زیباسازی شهرداری تهران و در چارچوب آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی مربوطه هماهنگ نمایند.

تبصره دوم (۲):

هرگونه اقدام در واگذاری فضاهای تبلیغاتی که خارج از ابزارهای تبلیغات محیطی در مالکیت شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) می‌باشد، می‌بایست بعد از تهیه، تدوین و ارائه طرح نحوه جاتمایی با رعایت طرح ساماندهی ابزار تبلیغات محیطی در شهر تهران که به تأیید شورای سازمان زیباسازی خواهد رسید، صورت پذیرد. واگذاری بهره‌برداری مشروط بر این خواهد بود که هیچگونه حقوقی اعم از کسب و پیشه و مالکیت معنوی و سایر حقوق مربوط را برای اشخاص حقیقی و حقوقی (اعم از کارگزار و بهره‌بردار) طرف قرارداد ایجاد ننماید. بدیهی است موضوع مذکور می‌بایست در قرارداد فی‌مابین سازمان زیباسازی و ذینفعان قید شود.

ماده چهارم (۴):

سازمان زیباسازی شهر تهران موظف است ضمن تمهید شرایط و زمینه برای رقابت آزاد و سالم و قانون‌مند بین کالون‌ها و شرکتهای تبلیغاتی مجاز و واجد صلاحیت در زمینه تبلیغات محیطی و توزیع عادلانه بهره‌برداری تبلیغاتی بین آنان با رعایت قوانین و مقررات و آیین‌نامه‌های معاملاتی سازمان و



جمهوری اسلامی ایران



شماره:
تاریخ:
پلاست:

شماره مصوبه: ۱۸۹۸

رده‌بندی مصوبه: ۴/۹۳/۷۲/۱

پس از تعیین تعرفه پایه مزایده سالانه ابزارهای تبلیغاتی و اخذ تأییدیه هیأت مدیره سازمان، نسبت به واگذاری بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغاتی در مالکیت شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) با اعلان در جراید کثیرالانتشار و برگزاری مزایده عمومی بین شرکت‌ها و کانون‌های تبلیغاتی واجد شرایط برای مدت معین اقدام نماید.

تبصره یکم (۱):

واگذاری بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغات محیطی موضوع این مصوبه به آن دسته از کارگزاران صورت می‌گیرد که حائز حداقل رتبه سه (۳) نظام رتبه‌بندی کارگزاران سازمان زیباسازی در سال برگزاری مزایده عمومی باشند.

تبصره دوم (۲):

مجوز واگذاری بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغات محیطی به کارگزاران واجد شرایط در امر تبلیغات محیطی در قالب قرارداد و حداکثر به مدت یک سال شمسی خواهد بود و در صورت انجام کلیه تعهدات از سوی کارگزار، قرارداد فی‌مابین تا یک سال دیگر (حداکثر مدت قرارداد دو سال) با لحاظ مقررات مصوب شورای اسلامی شهر تهران و ضوابط اعلامی از سوی سازمان قابل تمدید خواهد بود.

تبصره سوم (۳):

واگذاری بهره‌برداری از ابزارهای تبلیغات محیطی به شهرداری‌های مناطق، سازمان‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات تابعه و وابسته به شهرداری جز در موارد تبلیغات فرهنگی و آموزش شهروندی ممنوع می‌باشد.

ماده پنجم (۵):

به منظور انجام فعالیت‌های فرهنگی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی با تأکید بر حسن اجرای مصوبه شورای فرهنگ عمومی در این خصوص، شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) موظف است در جهت حمایت و فراهم نمودن بسترهای لازم برای تبلیغ کالا و خدمات داخلی ضمن فرهنگ‌سازی و ترغیب و تشویق استفاده از کالاها و خدمات داخلی و اصلاح الگوی مصرف توسط شهروندان با همکاری سایر دستگاه‌های اجرایی ذیربط به شرح ذیل اقدام نماید.



جمهوری اسلامی ایران



شورای اسلامی شهر تهران

شماره:
تاریخ:
پست:

شماره مصوبه: ۱۸۹۸

رده‌بندی مصوبه: ۴/۹۳/۷۲/۱

تبصره یکم (۱):

شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) موظف است تا سقف بیست درصد (۲۰٪) ظرفیت ابزارهای تبلیغات محیطی سطح شهر تهران را با تخفیف چهل درصد (۴۰٪) تعرفه پایه‌ی مزایده سال، جهت تابلوهای منصوب ابزارهای تبلیغاتی را با اولویت معرفی کالاها و خدمات داخلی منظور نموده و برابر قوانین و مقررات موضوعه به صورت مستقیم و یا کارگزاری به صاحبان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات داخلی واگذار نماید.

تبصره دوم (۲):

مراتب داخلی بودن تولیدات کالاها و خدمات می‌باید به تأیید و گواهی مراجع ذیربط قانونی رسیده باشد و صاحبان کالاها و خدمات داخلی بر اساس تأییدیه‌های مزبور از تسهیلات پیش‌بینی شده در این مصوبه برخوردار شوند. تبلیغ کالا و خدماتی که با سرمایه‌گذاری مشترک ایرانی و خارجی تولید و ارائه می‌شود و کالاها و خدماتی که مشابه داخلی ندارند تابع مفاد مصوبه شورای فرهنگ عمومی می‌باشد.

تبصره سوم (۳):

تعیین تا پانزده درصد (۱۵٪) از ظرفیت ابزارهای تبلیغات محیطی شهر تهران به امر اطلاع‌رسانی، آموزش و ارائه پیام‌های فرهنگی، اجتماعی و عام‌المنفعه و اختصاص بیست درصد (۲۰٪) از سهم مذکور به امر ترویج کارآفرینی و اشتغال و استفاده از تولیدات و خدمات داخلی با جنبه فرهنگی برگزیده و برتر از طریق هماهنگی با مراجع ذیربط.

ماده ششم (۶):

به منظور اعمال نظارت بر حسن اجرای مفاد این مصوبه و رعایت کلیه قوانین و مقررات موضوعه به ویژه قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور و انجام هماهنگی‌های لازم با سایر دستگاه‌های اجرایی ذیربط، شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) نسبت به تشکیل ستاد نظارت و هماهنگی محتوای تبلیغات محیطی شهر تهران متشکل از اعضای ذیل اقدام می‌نماید:

الف) یک نفر از اعضای شورای اسلامی شهر تهران به انتخاب شورا

ب) مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران

ج) مدیرعامل سازمان زیباسازی شهر تهران



جمهوری اسلامی ایران



شورای اسلامی شهر تهران

شماره:
تاریخ:
پست:

شماره مصوبه: ۱۸۹۸

رده‌بندی مصوبه: ۴/۹۳/۷۲/۱

تبصره:

کلیه کارگزاران تبلیغاتی طرف قرارداد سازمان زیباسازی موظفند مجوز اکران و نصب آگهی‌های تبلیغاتی خود را از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران دریافت نموده و به منظور اجرای آن بر روی ابزارهای تبلیغاتی به سازمان ارائه نمایند.

ماده هشتم (۷):

شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) موظف است با شناسایی شاخص‌های کمی و کیفی مؤثر، توان، مهارت، تخصص، منابع مالی و سایر قابلیت‌های مرتبط در امر تبلیغات، در خردادماه هر سال نسبت به تهیه و تدوین سیستم رتبه‌بندی کارگزاران واجد شرایط به عنوان کارگزار اقدام نموده و نتیجه حاصله را به تأیید ستاد نظارت و هماهنگی محتوای تبلیغات محیطی شهر تهران برساند.

ماده هشتم (۸):

از تاریخ ابلاغ این مصوبه مصوبات گذشته شورای اسلامی شهر تهران شامل: مصوبه ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری در تهران ابلاغی به شماره ۱۶۰/۵۲۷/۵۱۲۷ مورخ ۸۳/۳/۱۹ و اصلاحیه‌های بعدی آن ابلاغی به شماره‌های ۱۶۰/۵۶۵/۱۱۲۷۱ مورخ ۸۳/۶/۸ و ۱۶۰/۷۶۹/۱۴۶۵۴ مورخ ۸۵/۷/۹ و ۱۶۰/۱۱۲۳/۹۲۵۲ مورخ ۸۷/۶/۴ و همچنین مصوبه «چگونگی حمایت از تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات داخلی برای استفاده از ابزارهای تبلیغات محیطی شهر تهران» ابلاغی به شماره ۱۶۰/۱۷۰۴/۱۷۴۶۵ مورخ ۹۱/۸/۲۷ و تبصره ششم مصوبه شماره ۱۶۰/۱۸۴۴/۲۴۷۵۰ ابلاغی به تاریخ ۹۲/۱۱/۱۹ ملحق می‌گردد. م. ۵۵/۱۳۶