جمهوری اسلامی ایران
شورای اسلامی شهر تهران

تاریخ ۱۳۸۳/۳/۱۹
شماره ۱۶۰/۵۲۷/۵۱۲۱
پیوست

بسمه تعالی

جناب آقای دکتر محمود احمدی نژاد
شهردار محترم تهران

سلام علیکم

طرح ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری تهران با امضای سه نفر از اعضای محترم شورای اسلامی شهر تهران ۱ ـ آقای رسول خادم ازغدی ـ ۲ ـ خانم منظر خیرحبیب اللهی ـ ۳ ـ آقای حسن بیادی به صورت عادی ارائه و به شماره ۲۶۶۳ به تاریخ ۸۳/۲/۲۰ در دبیرخانه شورای اسلامی شهر تهران ثبت و در شصت و سومین جلسه رسمی ـ علنی ـ فوق العاده شورای اسلامی شهر تهران به تاریخ ۸۳/۲/۲۰ اعلام وصول شده و طی نامه به شماره ۱۶۰/۲۶۶۳ به تاریخ ۸۳/۲/۲۰ جهت بررسی به کمیسیون فرهنگی ، اجتماعی و زیست شهری به عنوان کمیسیون اصلی ارجاع و پس از وصول گزارش آن کمیسیون به شماره ۱۶۰/۲۷۷۰ به تاریخ ۸۳/۲/۲۱ و همچنین بـه شماره ۱۶۰/۳۲۱۷ بـه تاریـخ ۸۳/۲/۲۸ ، بـــررسی آن در ردیف سوم دستور شصت و چهارمین جلسه علنی ـ فوق العاده شورا به شماره ۱۶۰/۲۸۲۶ به تاریخ ۸۳/۲/۲۱ قرار گرفته و مفاد آن در جلسه فوق الذکر که به صورت رسمی در روز سه شنبه ۸۳/۲/۲۲ منعقد شد مطرح گردید و پس از مذاکرات انجام شده به لحاظ اهمیت موضوع و لزوم بررسی دقیق تر توسط سایر کمیسیون ها در مدت تعیین شده مقرر شد مجدداً در کمیسیون ها مورد بررسی قرار گیرد ، لذا موضوع طی نامه به شماره ۱۶۰/۳۵۲۵ به تاریخ ۸۳/۲/۳۰ مجدداً به کمیسیون فرهنگی ، اجتماعی و زیست شهری به عنوان کیمسیون اصلی ارجاع شد و در نهایت بررسی آن در دریف چهارم دستور هفتادمین جلسه علنی ـ فوق العاده شورا به شماره ۱۶۰/۴۳۶۱ به تاریخ ۸۳/۳/۱۱ قرارگرفته و در جلسه مزبور که با حضور پانزده نفر از اعضای محترم شورا در روز سه شنبه دوازدهم خرداد ماه سال ۱۳۸۳ به صورت رسمی منعقد شد مطرح و پس از قرائت گزارش کمیسیون اصلی و هم چنین بررسی مفاد طرح با لحاظ موارد اصلاحی مندرج در گزارش کمیسیون اصلی و همچنین پیشنهادات مطروحه در متن آن ، کفایت مذاکرات اعلام و

جمهوری اسلامی ایران
شورای اسلامی شهر تهران

تاریخ ۱۳۸۳/۳/۱۹
شماره ۱۶۰/۵۲۷/۸۱۲۰۷
پیوست .....

درخصوص مفاد آن مشتمل بر هفت (۷) ماده و شش (۶) تبصره اخذ رأی انجام شد که به اتفاق آرای موافق(پانزده رای) اعضای محترم شورای اسلامی شهر تهران حاضر در این جلسه (پانزده نفر) به تصویب رسید .

به پیوست متن مصوبه مزبور را جهت آگاهی و اقدام ، ایفاد و ابلاغ می نماید ./ ع ۲۹۷

با احترام
مهدی چمران
رئیس شورای اسلامی شهر تهران

۸۳/۳/۱۹

رونوشت :
۱ ـ جناب آقای دکتر غلامعلی حداد عادل رئیس محترم مجلس شورای اسلامی جهت استحضار و ابلاغ به نمایندگان محترم مردم تهران در مجلس شورای اسلامی .
۲ ـ استاندار محترم تهران جهت استحضار.
۳ ـ فرماندار محترم تهران جهت استحضار .
۴ ـ رئیس محترم شورای عالی استان ها جهت استحضار .
۵ ـ اعضای محترم شورای اسلامی شهر تهران جهت استحضار .
۶ ـ دفترهیأت رئیسه و مصوبات .

جمهوری اسلامی ایران

شورای اسلامی شهر تهران

تاریخ .....

شماره .....

پیوست .....

متن مصوبه

ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری در تهران

(مشتمل بر هفت (۷) ماده و شش (٦) تبصره)

مصوب هفتادمین جلسه رسمی ـ علنی ـ فوق العاده

شورای اسلامی شهر تهران (دومین دوره)

به تاریخ سه شنبه دوازدهم خرداد ماه

سال ۱۳۸۳

ماده یکم (۱) :

ضرورت و اهداف : به منظور و صیانت و پاسداری از ارزش های اسلامی، تاریخی و هویت ملی و ساماندهی منظر و سیمای شهر تهران به عنوان مرکز نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و هم چنین 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 هم چنین تمهید امکانات و نظام نظارت بر نحوه بهره برداری از رسانه های تبلیغات محیطی در محدوده شهر تهران و حریم قانونی آن را ساماندهی نماید .

ماده دوم (۲) :

تعاریف : با استناد به قوانین و مقررات موضوعه تعاریف به شرح بندی‌های ذیل در این مصوبه مورد نظر می باشد .

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

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

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 میسور باشد . این فضاها شامل کلیه مکان های عمومی شهر، فضاهای تاریخی، کف و حاشیه مسیرهای پیاده و سواره رو، پل ها، بدنه مبلمان شهری، ایستگاه ها 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، کوه ها و امثالهم می باشد

ماده سوم (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 درشهر تهران با اهداف حفظ زیبایی و نشاط در سیمای شهر، جلوگیری از اغتشاشات بصری، ایجاد زمینه های 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 (۸۴) قانون شهرداری ها، سازمان زیباسازی شهرداری تهران به نیابت از شهرداری تهران به عنوان متولی اصلی و دستگاه اجرایی مسئول جهت اعمال مدیریت و نظارت بر فضای تبلیغات محیطی و شهری از منظر مبلمان شهری و زیبا شناختی در چارچوب قوانین و مقررات موضوعه و هم چنین مفاد این مصوبه تعیین می شود تا درمورد واگذاری امتیاز بهره برداری از فضاهای تبلیغی شهر اعم از عرصه و اعیان به صورت جزیی 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 واحـــدها ، سازمان ها و شرکت‌هـای تابعـــه شهـرداری تهران موظفند از تاریخ ابـلاغ ایـن مصوبه کلیـه فعالیت های تبلیغاتی و هم چنین رسانه‌هـــای محیطی و شهری در اختیار خـود را وفق مفاد این مصوبـــه و با اخـذ مجوز از سازمان زیباسـازی شهرداری تهـران و درچـارچوب دستورالعمل و آئین نامه‌های اجرایی مربوط اقدام و هماهنگ نمایند .

ماده چهارم (٤) :

چگونگی واگذاری فضاهای محیطی و تبلیغاتی شهر: سازمان به 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 آیین نامه های معاملاتی سازمان نسبت به واگذاری امتیاز بهره برداری از فضاهای تبلیغاتی شهری از طریق برگزاری مزایده عمومی و با هدف تأمین منابع مالی با رعایت صرفه و صلاح شهرداری تهران اقدام نماید .

تبصره :

امتیاز بهره برداری از فضاهای تبلیغاتی محیط شهر صرفاً با محدودهٔ زمانی مشخص و بر اساس ضوابـط و قرارداد منعقده قابل واگذاری است و پس از انقضاء مدت قرارداد هیچ گونه حقوقی اعم از حقوق کسب و پیشـه و یا مالکیت معنوی ابزارهای رسانه‌ای محیطی و غیر از این‌ها به اشخـاص حقیقی و حقوقی طرف قـرارداد تعلق نخواهد گـرفت و سازمان زیباسازی موظف است به هنگـام

عقـد قرارداد نسبت به تعیین قیمت پیکـــره‌هـای رسانه ای اقدام نمـوده و هم چنین جهت احـراز مالکیت پیکـره‌های مـــذکور، هزینه ایجاد آن هـــا را از طریق کسر تعهدات مـــالی طرف قـرارداد و یا به صورت نقدی و بـا رعایت صرفه و صلاح شهرداری پـــرداخت و مراتب را در دفـــاتر مربـوط ثبت نـمایـــد.

ماده پنجم (۵) :

چگـونگی ارزش‌گـذاری و تعیین ارزش واگـذاری امتیاز حق بهره برداری از فضای تبلیغ شهـری:

بـــه منظور نظارت بـــر بهای خـــدمات تبلیغات محیطی و شهری و حفظ حقوق مصرف کنندگان و اعمـــال سیاست‌هـــای حمایت از کـــالاهای تولید داخل و محصولات فرهنگی و هنری حداقل سهم سازمان زیباسازی از درآمد ناخالص خـــدمات تبلیغی توسط کارگزار معادل سی و پنج درصد (۳۵٪) تعرفه فروش خدمات توسط وی بر مبنـــای موقعیت و ارزش مکانی ابراز رسـانه‌ای تعیین مـی شود ، هم چنین حـــداقل میـــزان درآمد سازمان نباید از قیمت پـــایه مزایده که توسط سازمـان تعیین مـی شـود کمتر بـاشـد.

تبصره یکم (۱) :

مبنـــای تعیین سهم درآمد سازمان، تعرفه سالیانه فروش خدمات تبلیغات محیطی است که توسط هریـک از طرف های قرارداد به طور جداگانه تهیه و تنظیم شده و به تأیید سازمان زیباسازی شهـرداری تهران می رسد. این تعرفه به عنوان سقف درآمد کارگزاران تلقی شده و بر همین اساس ضـرورت دارد طرف های قرارداد یک نسخه از قراردادهای فروش خدمات خود را به اشخاص ثالث (صـاحب کالا و خدمات)در اختیار سازمان زیباسازی قرار دهند .

تبصره دوم (۲) :

جهت حمایت از کالاهای فرهنگی ، هنری و تولیدات داخلی می باید تخفیفات مناسب در تعرفه های موضوع تبصره‌ی یکم (۱) این ماده منظور شود .

ماده ششم (٦) :

نحوه اعمال نظارت : بـــه منظور کنترل محتوا و شکل پیام های تبلیغاتی، بازرگانی، فرهنگی، هنری و اجتماعی در چارچوب قـــوانین و مقررات تبلیغاتی کشور شورایی تحت عنوان « شورای نظارت بر تبلیغات محیطی» متشکل از یـک نفر از اعضای شورای اسلامی شهر تهران، نماینده سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهـران، نـماینده سازمان تبلیغات اسلامی، نماینـده اداره کل فـرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران به معـرفی مدیرکل استان و مدیرعامل سازمان زیبـاسازی شهـرداری تهران تشکیل می شود . این شـورا مـوظف است محتوا و شکل پیام های تبلیغـاتی را پیش از اکـران و اجرا مورد بررسی و تصویب قرارداده و بـر حسن اجرای آن ها نظارت نمـاید، شورای مزبور مـوظف است صرفاً به آگهی هـای تبلیغاتی کـالاهایـی مجوز دهـد کـه دارای مجوزهـای قـــانونی لازم بـرای تـــولید آن کـالا در داخـل و یا ورود قـانونی آن بـه کشور از مـراجع ذیـصلاح بـاشنـد .

تبصره یکم (۱) :

طـرف‌های قرارداد پیش از اکـران و اجـرای آگهی‌هـای تبلیغـاتی و پس از کسب نظـــر مـــوافق مراجع ذیربـط (وزارت فـرهنگ و ارشاد اسلامی) ملـزم به اخـذ مجـوز رسـمی و کتبی از شـــورای نظارت بر تبلیغـات محیطـی سـازمان زیبـاسـازی مـی باشند.

تبصره دوم (۲) :

طرف های قرارداد ملزم به اکران و اجرای پانزده درصد (۱۵٪) از ظرفیت اسمی سالیانه رسانه های محیطی در اختیار برای آگهی های فرهنگی، هنری، اجتماعی و آموزش های شهروندی می باشند. محتوای این آگهی ها توسط سازمان زیباسازی شهرداری تهران تهیه و پس از تصویب در شورای نظارت بر تبلیغات محیطی در طول مدت قرارداد به طرف های قرارداد ابلاغ خواهد شد .

ماده هفتم (۷) :

شهرداری تهران (سازمان زیباسازی) موظف است از تاریخ ابلاغ این مصوبه و حداکثر ظرف مدت پانزده (۱۵) روز با همکاری، هماهنگی و تعامل با دیگر حوزه های شهرداری تهران به ویژه شهرسازی و معماری ، حمل و نقل و ترافیک، فرهنگی، اجتماعی و دیگر نهادها و دستگاه های اجرایی ذیربط و مرتبط با تبلیغات محیط شهری، نسبت به تهیه و تدوین دستورالعمل های اجرایی لازم جهت اجرای مفاد این مصوبه با رعایت و لحاظ بندهای به شرح ذیل اقدام وجهت تصویب به کمیسیون تلفیق متشکل از رؤسای کمیسیون های سه گانه و اصلی شورا ارائه نماید :

الف : تعیین ضوابط تشویقی به منظور حمایت از نوآوری، خلاقیت و ابتکار در صنعت تبلیغات محیطی و ایجاد ظرفیت های جدید در شهر .

ب : تعیین حد نصاب‌های کمی لازم به منظور ایجاد توازن منطقی در نحوه واگذاری سطح قابل بهره برداری فضاهای تبلیغی و محیطی برای کارگزاران .

ج : تعیین سیاست های تشویقی به منظور معرفی کالاهای تولید داخل از طریق اعمال تخفیف در تعرفه و ایجاد شرایط حمایتی در تعرفه های فروش خدمات تبلیغاتی این نوع کالاها .

د : تعیین سهم مشخصی از فضای تبلیغات محیطی شهر تهران به امر اطلاع رسانی، آموزش و ارائه پیام های فرهنگی، اجتماعی عام المنفعه و چگونگی اجرای آن .

هـ : تعیین ضوابط مربوط به محتوای پیام ها اعم از چگونگی استفاده از تصاویرو رنگ ها ، 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) بر اساس آئین نامه مالی و معاملاتی شهرداری تهران و قوانین و مقررات موضوعه .

ز : سایر موارد اجرایی عند اللزوم . / ع ۲۹۷

جمهوری اسلامی ایران
شورای اسلامی شهر تهران

تاریخ ۱۳۸۳/۴/۸
شماره ۱۲۰/۶۶۹۷
پیوست

بسمه تعالی

جناب آقای دکتر محمود احمدی نژاد
شهردار محترم تهران

سلام علیکم

پیرو ابلاغیه مصوبه « ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری در تهران » به شماره ۱۶۰/۵۲۷/۵۱۲۷ به تاریخ ۸۳/۳/۲۹ به آگاهی می‌رساند.

در متن ماده سوم مصوبه ، سطر هفتم واژه « فضای » به دلیل اشکال تایپی جا افتاده است که سطر مزبور به شکل زیر تصحیح و تکمیل می شود .

« مسئول جهت اعمال مدیریت و نظارت بر فضای تبلیغات محیطی و شهری ... »

هم چنین در متن ماده چهارم مصوبه در سطر پنجم واژه « عمومی » تایپ نشده است که سطر مزبور به شکل زیر تصحیح و تکمیل می شود :

« بهره برداری از فضاهای تبلیغاتی شهری از طریق برگزاری مزایده عمومی و ... »

مراتب را جهت اقدام ، ایفاد و ابلاغ می نماید . /ع ۱۲۸۰

با احترام
مهدی چمران
رئیس شورای اسلامی شهر تهران

۸۳/۴/۶

رونوشت :
۱ـ اعضای محترم شورای اسلامی شهر تهران جهت استحضار .
۲ـ دفتر هیئت رئیسه و مصوبات شورا جهت پی گیری و درج در پرونده شماره ۳۹۲ .

تاریخ ۸۳/۴/۸
شماره ۳/۲۵۵۱
پیوست

وزارت کشور
استانداری تهران
فرمانداری تهران

آنی - آنی

جناب آقای مهندس مهدی چمران
رئیس محترم شورای اسلامی شهر تهران

سلام علیکم

احتراماً عطف به نامه شماره ۱۶۰/۵۲۷/۵۱۲۷ مورخ ۸۳/۳/۱۹ منضم به متن مصوبه ساماندهی تبلیغات محیطی و شهری تهران به پیوست تصویر نامه شماره ۱/۳۶۷۱/الف ت مورخ ۸۳/۴/۷ مشاور محترم وزیر و مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مبنی بر مغایرت بخشی از مصوبات شورای اسلامی شهر تهران با قوانین و آئین‌نامه‌های مربوط به همراه ضمائم موجود ارسال می‌گردد. خواهشمند است دستور فرمائید در مصوبات مربوط به صدور اجازه تأسیس ، انحلال و نظارت بر نحوه کار و فعالیتهای کانونهای تبلیغاتی و نظارت برکیفیت و محتوای آگهی‌ها و به جهت جلوگیری از تداخل امور و انجام کار موازی ، هماهنگی لازم با اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی بعمل آورده و مفاد نامه رسیدگی و نتیجه را در اجرای ماده ۸۰ اصلاح قانون شوراهای اسلامی به این فرمانداری اعلام دارند.ف/۸

هاشمی
معاون استاندار و فرماندار تهران
از طرف غلامرضا گودینی

فاکس شد

۱۶۰/۲۷۸۱
۸۳/۴/۸