



ماده ۱. حیطه موارد مشمول این دستورالعمل عبارت است از مواد دارویی، خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی، تجهیزات پزشکی و امور پزشکی به شرح ذیل:

الف- منظور از مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی کلیه مواردی است که مشمول قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴ مجلس و اصلاحیه های بعدی آن می شود که برای تولید، واردات و توزیع نیاز به اخذ مجوز از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی دارند.

ب- منظور از دارو تمام اقلام دارویی، مواد اولیه، ملزومات دارویی و مکمل ها می باشند که مشمول قانون مربوط به مقررات امور پزشکی، دارویی، مواد خوردنی و آشامیدنی، مصوب ۱۳۳۴ مجلس و آیین نامه و ضوابط دارویی مصوب ۱۳۸۹ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی می شوند. مرجع استعلام سازمان غذا و دارو است.

ج- منظور از تجهیزات پزشکی کلیه مواردی است که مشمول آیین نامه تجهیزات پزشکی مصوب ۱۳۸۶ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و اصلاحیه های بعدی آن می شود.

د- منظور از امور پزشکی کلیه خدمات حوزه سلامت است که توسط شاغلین حرف پزشکی و وابسته و موسسات درمانی با رعایت نظامات دولتی، صنفی و حرفه ای ارائه می شود.

تبصره: هر ماده، محصول یا خدمتی خارج از تعاریف فوق نیز، چنانچه مدعی هر گونه اثرات درمانی، تشخیصی، پیشگیری و بازتوانی گردد، مشمول این دستورالعمل خواهد بود.

ماده ۲. منظور از تبلیغات هرگونه پیام یا اطلاع رسانی است که منجر به ترغیب دریافت یا مصرف توسط کنندگان بالقوه یا بالفعل خدمات یا مصرف کنندگان بالقوه یا بالفعل محصولات موضوع این دستورالعمل گردد. (خبر، گزارش، رپرتاژ آگهی، تفسیر، مصاحبه، مقاله، آموزش، کارگاه آموزشی، پیام بهداشتی یا شعار سلامتی نیز که منجر به ترغیب یا دریافت خدمت یا محصول موضوع این دستورالعمل گردد می تواند به منزله تبلیغات محسوب گردد).

تبصره: مرجع تشخیص در خصوص مصادیق تبلیغات، ماده ۲ کمیته های تبلیغات موضوع این دستورالعمل می باشد.

ماده ۳. تبلیغات خدمات و کالاهای موضوع ماده ۱ از طریق هریک از رسانه های زیر تحت شمول دستورالعمل می باشند:

الف- دیداری شنیداری: صدا و سیما، شبکه های ماهواره ای، محصولات ویدئویی و چند رسانه ای، تیزر، سینما و میان پرده های سینمایی، تلفن، پیامک، بلوتوث، شبکه های صوتی، تصویری سازمانی، بانک های اطلاعاتی، پیام رسان ها

ب- چاپی: انواع رسانه های چاپی اعم از نشریات تخصصی پزشکی و نشریات با مخاطب عام، مطبوعات، تبلیغات مندرج بر روی بسته بندی کالاها، برچسب، کلیه هدایای تبلیغاتی (منجمله سرسید، بولت ژورنال و ...)، تولیدات چاپی مانند برگه های تراکت، کاتالوگ، بروشور، پوستر، دفترچه های راهنما

ج- محیطی: فضای داخلی مطب/دفتر کار/موسسه، داخل یا خارج وسایط نقلیه، غرفه های نمایشگاهی، اسلاید

د- مجازی: اینترنت، اینترنت، شبکه های اجتماعی مجازی، وبسایت، پوستر مجازی و سایر



ماده ۴. انجام هرگونه تبلیغات در خصوص موضوعات ماده ۱ و از طریق رسانه‌های مندرج در ماده ۳ نیازمند اخذ مجوز تبلیغات از سازمان نظام پزشکی می‌باشد و انجام تبلیغات تحت شمول این دستورالعمل بدون اخذ مجوز، هم تخلف صاحب مرکز پزشکی یا کالا و هم تخلف صاحب رسانه محسوب می‌گردد.

ماده ۵. منظور از مجوز تبلیغات گواهی الکترونیکی است که از طریق سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" صادر می‌گردد.

۵-۱- صدور مجوز: پس از ثبت درخواست متقاضیان واجد شرایط برای موضوعات ماده ۱ دستورالعمل تبلیغات و از طریق رسانه‌های مندرج در ماده ۳ همان دستورالعمل برای نخستین بار توسط سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" به نشانی sita.irimc.org صادر می‌شود.

۵-۲- تمدید مجوز: چنانچه دارنده مجوز تبلیغات حداکثر دو هفته قبل از انقضای اعتبار آن، بدون تغییر در محتوا و رسانه تبلیغاتی، متقاضی صدور مجدد همان مجوز تبلیغات باشد مشمول شرایط تمدید مجوز می‌شود. در این شرایط بر اساس تایید اولیه کمیته‌های تبلیغات، مجوز تمدید خواهد شد. در خصوص موارد تحت شمول ماده ۲۶ تمدید مجوز امکان پذیر نمی‌باشد.

۵-۳- توسعه مجوز: چنانچه دارنده مجوز تبلیغات قبل از پایان مهلت انقضای مجوز درخواست تغییر محتوا و رسانه تبلیغاتی را داشته باشد، مشمول شرایط توسعه مجوز بوده و پس از ثبت درخواست متقاضی و ارجاع آن به کمیته تبلیغات، مجوز مورد نظر صادر خواهد شد.

۵-۴- اصلاح مجوز: چنانچه مشخصات هویتی دارنده مجوز تبلیغات، قبل از پایان مهلت انقضای مجوز تغییر نموده و تغییرات، مورد تایید ثبت احوال قرار گرفته و در سامانه سازمان به ثبت رسیده باشد، پس از ثبت درخواست متقاضی و بدون طرح در کمیته تبلیغات صرفاً با اعلام دارنده مجوز اصلاحیه صادر خواهد شد.

۵-۵- تعلیق مجوز: چنانچه دارنده مجوز، خارج از ضوابط مندرج در دستورالعمل تبلیغات اقدام نماید نظام پزشکی مربوطه مکلف است به صورت مکتوب و با اعلام دلایل به دارنده مجوز اعلام تخلف نموده و مهلت یک هفته‌ای برای رفع مغایرت از تبلیغات را به دارنده مجوز اعلام نماید. طی این یک هفته مجوز موقتاً تعلیق می‌گردد. دارنده مجوز موظف است در مهلت ارایه شده نسبت به رفع و اصلاح مغایرت اقدام نموده و به سازمان نظام پزشکی اطلاع دهد. در صورت رفع مغایرت در مهلت مقرر مجوز رفع تعلیق خواهد شد و در صورت عدم رفع مغایرت، در فاصله زمانی یک هفته مجوز تبلیغات ابطال شده و پرونده به دادسرای انتظامی نظام پزشکی ارجاع می‌گردد.

تبصره: مسئولیت پاسخگویی به مراجع ذیربط در تمام مراحل بر عهده صاحب مجوز خواهد بود.

۵-۶- ابطال مجوز:

الف- عدم رفع مغایرت در خصوص مجوزهای تعلیقی ظرف یک هفته

ب- چنانچه صدور مجوز توسط کمیته‌های شهرستانی، برخلاف دستورالعمل تبلیغات و یا سایر قوانین و ضوابط باشد مجوز توسط کمیته‌ی استانی مربوطه یا کمیته مرکزی موضوع دستورالعمل تبلیغات قابل ابطال است. در صورت صدور مجوز برخلاف دستورالعمل توسط کمیته مرکزی تبلیغات، مجوز توسط رئیس کل قابل ابطال خواهد بود.

ماده ۶. مرجع صدور مجوز تبلیغات در شبکه‌های سراسری صدا و سیما و نشریات سراسری، کمیته مرکزی تبلیغات است. مرجع صدور مجوز تبلیغات در صدا و سیما استان و نشریات استانی، کمیته تبلیغات استانی (موضوع ماده ۴۲) است. مرجع صدور مجوز تبلیغات در



فضای مجازی، کمیته تبلیغات نظام پزشکی محل فعالیت مطب یا موسسه (موضوع ماده ۴۴ یا ۴۶) می باشد. در خصوص سایر رسانه ها مرجع صدور مجوز، کمیته/کمیته های تبلیغات نظام پزشکی شهرستان محل تبلیغات (موضوع ماده ۴۴ یا ۴۶) می باشد.

۶-۱- فرآیند صدور مجوز تبلیغات مطبها و دفاتر کار، با ثبت درخواست توسط دارنده پروانه آغاز می گردد. اخذ مجوز، انطباق محتوای تبلیغات با محتوای مجاز مندرج در مجوز و مسئولیت تبلیغات غیر مجاز با دارنده پروانه طبابت/مجوز دفتر کار می باشد.

۲-۶- فرآیند صدور مجوز تبلیغات موسسات پزشکی با درخواست مسئول فنی آغاز می گردد. مجوز تبلیغات موسسات با عنوان مسئول فنی موسسه صادر شده و به وی تحویل می گردد. مسئول فنی مکلف است بر انتشار تبلیغات و انطباق محتوای تبلیغ منتشره نظارت داشته باشد و در صورت عدم انطباق ضمن گزارش موضوع به سازمان نظام پزشکی درخواست ابطال مجوز را بنماید.

۳-۶- مسئولیت انجام تبلیغات غیر مجاز موسسات پزشکی بر عهده موسس و مسئول فنی می باشد. چنانچه مسئول فنی موضوع را به محض اطلاع از تبلیغات غیر مجاز، کتبا به موسس، نظام پزشکی و معاونت درمان گزارش نماید مسئولیت از وی ساقط شده و صرفاً بر عهده موسس خواهد بود.

تبصره ۱: در صورتی که متقاضی بخواهد در یک یا چند شهرستان خارج از محل فعالیت خود تبلیغ نماید موظف است جهت تبلیغات در هر شهرستان، از نظام پزشکی حوزه جغرافیایی محل انجام تبلیغات مراحل اخذ مجوز را طی کند. در این صورت مرجع صدور مجوز موظف است رونوشت مجوز صادره را به نظام پزشکی محل عضویت متقاضی منعکس نماید.

تبصره ۲: صدور مجوز تبلیغات کالاهای سلامت محور توسط رئیس کمیته مرکزی تبلیغات انجام شده و تصویر مجوز صادره در اولین جلسه کمیته مرکزی جهت اطلاع اعضاء ارائه گردد. سایر شهرستانها که متقاضی صدور مجوز کالاهای سلامت محور هستند درخواست خود را ارائه نموده تا در صورت حائز شرایط بودن و تصویب کمیته مرکزی تبلیغات، تفویض اختیار صورت گیرد.

ماده ۷: فرایند بررسی درخواست و صدور مجوز توسط کلیه نظام پزشکی ها صرفاً از طریق سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" صورت می پذیرد و صدور هرگونه مجوز تبلیغات خارج از این سامانه ممنوع بوده و فاقد اعتبار می باشد. سازمان نظام پزشکی کل موظف است این سامانه را مستمراً ارتقا داده به نحوی که مجوزهای صادره در این سامانه برای عموم قابل جستجو، رویت و صحت سنجی بوده و نسبت به ارایه رابط برنامه کاربردی مناسب (API) برای شرکتهای و موسسات تبلیغاتی اقدام نماید.

تبصره ۱: با توجه به راه اندازی سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" و تجمع سوابق درخواست های اعضاء در سامانه چنانچه متقاضی نسبت به محتوای مجوز صادره اعتراض داشته باشد، اعتراض خود را در سامانه ثبت و کمیته مرکزی موظف به بررسی و اعلام نتیجه خواهد بود.

تبصره ۲: در صورت اعتراض به رای کمیته مرکزی متقاضی می تواند اعتراض خود را به رئیس کل اعلام نماید.

ماده ۸: صدور مجوز صرفاً جهت مواد، محصولات و خدماتی مجاز است که اشخاص، شرکت ها و موسسات مربوطه قبلاً پروانه تأسیس، بهره برداری، ساخت یا مجوز ورود و توزیع محصول یا پروانه ارائه خدمات پزشکی و پیراپزشکی موضوع تبلیغات را از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان نظام پزشکی یا سایر مراجع ذیصلاح حوزه سلامت اخذ نموده باشند مرجع استعلام در خصوص مواد و محصولات، سازمان غذا و دارو است.



ماده ۹. تبلیغ جهت داروها و کلیه اقلام موضوع بند ب ماده ۱ و همچنین کالاهایی که دارای ادعای درمانی هستند برای مخاطب عام (غیر از جامعه پزشکی) ممنوع است.

ماده ۱۰. صدور مجوز تبلیغات در خصوص ادعاهای مطروحه در آگهی کلیه مواد و محصولات موضوع ماده ۱ این دستورالعمل صرفاً مطابق با تأییدیه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی یا سایر مراجع ذیربط امکان پذیر می باشد.

ماده ۱۱. صدور مجوز تبلیغات جهت خدمات و کالاهای آسیب رسان به سلامت مطابق فهرست اعلامی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ممنوع است.

ماده ۱۲. تبلیغات در شبکه های ماهواره ای که مورد تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیستند ممنوع است.

ماده ۱۳. تبلیغات در شبکه های مجازی که مطابق با موازین و قوانین جمهوری اسلامی نیست، ممنوع است.

ماده ۱۴. درج شعارهای تبلیغاتی برای تبلیغات امور پزشکی مجاز نیست. درج شعارهای تبلیغاتی برای تبلیغات کالای سلامت محور در صورت موافقت کمیته مرکزی امکان پذیر است.

ماده ۱۵. استفاده از هر گونه عبارت تشویقی در تبلیغات (از قبیل تعیین درصد، پورسانت، تعیین جایزه، هدیه، قرعه کشی، اقساط، تضمینی، رایگان، تخفیف، ارائه وام جهت دریافت خدمت) ممنوع است.

ماده ۱۶. استفاده از صفات تفضیلی و عالی (بهترین، برترین، اولین، مجهزترین و موارد مشابه) در تبلیغات ممنوع است.

ماده ۱۷. استفاده از نام و آرم موسسات و سازمان های تعیین کیفیت و استاندارد داخلی و خارجی مورد قبول وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان نظام پزشکی که صرفاً تأیید کننده و بیان کننده کیفیت است بلامانع است.

ماده ۱۸. متقاضیان تبلیغات، کانون های آگهی و تبلیغات، مطبوعات و رسانه های کشور ضمن رعایت مفاد این دستورالعمل موظف به رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی می باشند.

ماده ۱۹. استفاده از خدمات تبلیغاتی اشخاص حقیقی یا حقوقی فاقد مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ممنوع است.

کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی که به هر نحوی در فرآیند ثبت آگهی، طراحی، یا انتشار تبلیغات کالاها یا خدمات سلامت فعالیت نموده یا زیرساخت های نرم انتشار آگهی های مربوطه را فراهم می نمایند، اعم از شرکت ها، موسسات، سکوها، سایت ها، سامانه ها و اپلیکیشن های (نرم افزارهای) و مالکین و متصدیان صفحات شبکه های اجتماعی موظف هستند با استعلام الکترونیکی از سازمان نظام پزشکی از صدور مجوز تبلیغات مذکور اطمینان حاصل نموده و از این طریق، شرایط مجاز برای ثبت یا انتشار آگهی یا تبلیغات را احراز نمایند و در صورت عدم احراز، از عرضه و انتشار آگهی و محتوای غیرمجاز جلوگیری نمایند.

تبصره: در صورت عدم رعایت ماده ۱۹، علاوه بر کاربر منتشر کننده آگهی و تبلیغات سلامت محور، مدیران، مسئولین و متصدیان سکوها و سامانه های فوق الاشاره نیز به عنوان مشارکت کننده در تبلیغات غیرمجاز شناخته خواهند شد و علاوه بر کاربر ثبت و منتشر کننده محتوای غیرمجاز، ایشان نیز مسئولیت حقوقی و کیفری انتشار و عرضه محتوای غیرمجاز را برعهده خواهند داشت. تعیین و ابلاغ ضوابط فنی و اجرایی این موضوع (مانند سامانه استعلام الکترونیکی و شرایط استفاده از آن)، برعهده معاونت فنی و نظارت سازمان می باشد.



ماده ۲۰. رعایت کلیه قوانین جاری کشور منجمله مفاد قانون «ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و خارجی و فضای مجازی» و همچنین کلیه موارد مندرج در «آیین نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» لازم‌الاجرا می‌باشد. ذکر مندرجات تبلیغات به زبان انگلیسی یا یکی از زبان‌های رسمی کشورهای همسایه، بعد از متن فارسی بلامانع است.

ماده ۲۱. صدور مجوز تبلیغات برای متقاضیان امور پزشکی که محرومیت از اشتغال دارند تا پایان مدت محرومیت ممکن نخواهد بود.

ماده ۲۲. کمیته‌های تبلیغات مکلفند محتوای اطلاع رسانی و تبلیغات درخواستی مطبها و دفاتر کار را بر اساس معیارهای زیر بررسی نموده و در صورت تطابق نسبت به صدور مجوز اقدام نمایند:

الف: درج نام و نام خانوادگی کامل و شماره نظام پزشکی براساس مندرجات پروانه طبابت/دفتر کار الزامی است. حذف یا تغییر قسمتی از نام و نام خانوادگی تخلف محسوب می‌گردد.

ب: برای کلیه رشته‌های مقطع فلوشیپ درج تمامی عناوین مندرج در پروانه در تبلیغات الزامی و برای سایر رشته‌ها و مقاطع، درج بالاترین عنوان مندرج در پروانه الزامی بوده و درج سایر عناوین مندرج در پروانه اختیاری است. استفاده از حروف اختصار برای عنوان رشته یا مقطع تحصیلی در تبلیغات ممنوع است.

ج: درج نشانی به همراه نام شهر و تلفن ثابت به همراه پیش شماره تلفن/دفتر کار الزامی است.

د: درج QR_code منقوش در مجوز صادره در محتوای تبلیغ الزامیست.

ه: درج ساعات و ایام پذیرش بیمار، نشانی پست الکترونیک و بیمه‌های طرف قرارداد اختیاری است.

و: درج رتبه رسمی علمی (بوردها/دانشنامه) چنانچه در پروانه طبابت قید شده باشد اختیاری است.

ز: محتوای تبلیغ تنها در صورتی می‌تواند حاوی نشانی صفحات مجازی باشد که قبلاً مجوز تبلیغات نظام پزشکی برای آن صفحات صادر شده باشد.

ح: رشته‌های پروانه دار، پزشکان و دندانپزشکان اعم از عمومی، متخصص، دارندگان فلوشیپ و فوق تخصص می‌توانند شرح خدمات مجاز را در تبلیغ درج نمایند.

ط: مبنای خدمات مجاز پزشک صرفاً بر اساس بالاترین عنوان مندرج در پروانه می‌باشد.

ی: خدمات مجاز هر رشته بر اساس آخرین بازنگری شورایعالی اعلام می‌گردد.

ک: خدمات مجاز می‌بایست با قلم مساوی یا کوچکتر از مشخصات متقاضی و آخرین عنوان مندرج در پروانه درج شود.

ل: نامگذاری برای مطب و دفتر کار ممنوع است.

م: درج عبارات مرکز تخصصی، مرکز، کلینیک، پلی کلینیک در تبلیغات مطب/دفتر کار به معنای تأسیس موسسه پزشکی بوده و مجاز نمی‌باشد.

ن: درج عناوین عضویت در انجمن‌ها و سایر تشکلهای خارج از کشور در تبلیغات ممنوع است.

س: تعداد شرح خدمات مجاز برای اعضای سازمان جهت درج در تبلیغات حداکثر ۵ مورد است.

ع: درج عناوین غیربالینی در تبلیغات مطب‌ها و دفاتر کار ممنوع است.



ف: درج لوگو یا علامت تجاری برای مطب/دفتر کار امکانپذیر نمی باشد.

تبصره: استفاده از عناوین زیبایی ممنوع است. درج عنوان پلاستیک صرفاً در مواردی که در پروانه طبابت متقاضی درج شده باشد مجاز می باشد.

ماده ۲۳: کمیته های تبلیغات مکلفند محتوای اطلاع رسانی و تبلیغات درخواستی موسسات را بر اساس معیار های زیر بررسی نموده و در صورت تطابق نسبت به صدور مجوز اقدام نمایند: درج نام کامل موسسه براساس پروانه بهره برداری، شماره پروانه بهره برداری، نشانی و شماره تلفن ثابت در تبلیغات موسسات تشخیصی درمانی الزامی است. نام مسئول فنی، معرفی بخشهای موسسه، شرح خدمات مجاز، آدرس الکترونیکی، بیمه های طرف قرارداد، ساعات فعالیت، نام سازمان صادر کننده مجوز اختیاری است. شرح خدمات مجاز برای تبلیغات موسسات باید بر اساس بخش های مندرج در پروانه بهره برداری و وظایف مندرج در آیین نامه تأسیس موسسه باشد. تعداد خدمات قابل درج در تبلیغات موسسات حداکثر ۷ مورد است.

الف: درج نام شهر و پیش شماره تلفن ثابت موسسه الزامی است.

ب: درج QR_code منقوش در مجوز صادره در محتوای تبلیغ الزامیست.

ج: درج عناوین عضویت در انجمن ها و سایر تشکل های خارج کشور در تبلیغات ممنوع است.

ماده ۲۴: نمایش تصاویر سر و صورت، اندام فوقانی و اندام تحتانی (زانو به پایین) در صورتی امکان پذیر است که هویت بیمار قابل شناسایی نبوده و رضایت کتبی و آگاهانه از وی اخذ شده باشد. نمایش تصویر سایر قسمتهای بدن (منجمله شکم و سینه) ممنوع است. اندام قبل از تصویربرداری باید عاری از هرگونه رنگ یا براق کننده بوده و تصاویر نمایش داده شده نیز باید بدون روتوش یا جلوه ویژه باشد.

تبصره ۱: انتشار تصاویر شماتیک از نواحی ژنیتال، برست و آنال مجاز نیست .

تبصره ۲: انتشار فیلم از زمان جراحی چه به صورت زنده یا ضبط شده از بیماران ممنوع است.

ماده ۲۵: انتشار فیلم یا تصویر از محل مطب/دفتر کار یا موسسه مجاز است. در این صورت، صوت یا تصویر هیچ فرد دیگری به جز کادر درمانی پروانه دار آن موسسه، نباید دیده شود. انتشار تصاویر تجهیزات پزشکی در پس زمینه محتوای تبلیغ، به گونه ای که برند محصول مشخص نباشد در صورت تأیید کمیته تبلیغات مجاز خواهد بود.

ماده ۲۶: محتوای تبلیغات مطب ها، دفاتر کار و موسسات نباید موجب تنزل شأن جامعه پزشکی شود. تشخیص با کمیته تبلیغات صادر کننده مجوز می باشد.

ماده ۲۷: سازمان نظام پزشکی مکلف است در مجوز صادره نام رسانه، مخاطبین رسانه، تیراژ و محتوای مجاز تبلیغات را عیناً قید نماید و دارنده مجوز نیز مکلف است صرفاً مطابق با محتوای مجوز، تبلیغات نماید.

ماده ۲۸: مدت اعتبار مجوزهای تبلیغات یکساله است.

ماده ۲۹: در خصوص مطبها، دفاتر کار و کلیه موسسات به جز بیمارستانها و مراکز جراحی محدود و سربایی (به شرح ماده ۳۰)، صدور مجوز تبلیغات جهت تابلوهای تبلیغاتی شهری صرفاً در بازه زمانی یک ماه قبل تا دو ماه بعد از افتتاح، همچنین در صورت افزایش و تغییر در بخش



ها و خدمات در موسسات پزشکی، تا سه عدد با جانمایی مشخص و حداکثر در ابعاد ۳۰۰*۲۰۰ سانتی متر و صرفاً در محدوده جغرافیایی شهری مجاز است.

ماده ۳۰. صدور مجوز انواع تبلیغات محیطی (منجمله بر روی تابلوهای تبلیغاتی شهری یا بیلبورد) برای بیمارستانها و مراکز جراحی محدود و سرپایی، مطابق مفاد دستورالعمل و با اعتبار یکساله و صرفاً در محدوده جغرافیایی شهری مجاز است.

ماده ۳۱. صدور مجوز انواع تبلیغات محیطی (منجمله بر روی تابلوهای تبلیغاتی شهری یا بیلبورد) برای مواد و محصولات، مطابق مفاد دستورالعمل و با اعتبار یکساله مجاز است.

ماده ۳۲. در مواردی که متقاضی تبلیغات قصد تاسیس سایت یا صفحه مجازی در فضای اینترنت را دارد، در قسمتی از مجوز صادره تحت عنوان "کادر محتوای ثابت"، محتوای مورد تایید کمیته تبلیغات عیناً نوشته شود. کادر محتوای ثابت شامل موارد الزامی و اختیاری موضوع مواد ۲۲ و ۲۳ می باشد که به تصویب کمیته تبلیغات سازمان رسیده باشد. دارنده مجوز با دریافت مجوز تبلیغات تعهد می نماید مندرجات کادر محتوای ثابت را در هنگام ورود به سایت یا صفحه مجازی تبلیغاتی نمایش دهد. درج کامل این محتوا در تمام قسمتهای سایت یا اطلاعات بارگذاری شده در صفحه مجاز است ولی درج گزینشی آن ممنوع است. دارنده مجوز متعهد است در هنگام بارگذاری اطلاعات و تصاویر جدید در صفحه، مفاد این دستورالعمل را رعایت نماید.

تبصره: در تبلیغات فضای مجازی در خصوص مطب/دفتر کار، شناسه پیج یا نشانی وبسایت، واجد مشخصات فردی متقاضی باشد. در خصوص موسسات، شناسه یا نشانی صفحه واجد نام مرکز بر اساس پروانه بهره برداری باشد.

ماده ۳۳. در تاسیس صفحه اطلاع رسانی مجازی خدمات پزشکی، یک تصویر معرف باید در کنار کادر ثابت محتوا منتشر شود. در خصوص مطب/دفتر کار، این تصویر می تواند تصویر تابلوی استاندارد مطب/دفتر کار یا تصویر چهره دارنده پروانه باشد. در خصوص موسسه پزشکی این تصویر می تواند تصویر تابلوی استاندارد موسسه یا تصویر لوگوی ثبت شده موسسه باشد.

ماده ۳۴. در تبلیغات فضای مجازی، اطلاع رسانی یا تبلیغات در هر نشانی غیر از نشانی مندرج در مجوز تبلیغات صادره از نظام پزشکی ممنوع است.

ماده ۳۵. در تبلیغات مجازی، درج نشانی (لینک) صفحات مجازی به غیر از صفحات مجوزدار صاحب مجوز تبلیغات ممنوع است.

تبصره: درج لینک صفحات رسمی دستگاههای کشوری یا بین المللی مشروط بر عدم ایجاد شائبه ارتباط صفحه تبلیغاتی با وبگاههای پیوند شده مجاز است. مرجع تشخیص این موضوع کمیته تبلیغات مربوطه است.

ماده ۳۶. صدور مجوز برای پوستر مجازی جهت انتشار در کانالها و گروههای پیام رسانها و همچنین سایت های مجاز بلامانع است.

ماده ۳۷. مسئولیت کلیه محتوای منتشره در صفحه مجازی تبلیغاتی متوجه صاحب مجوز است.

ماده ۳۸. هر یک از نظام پزشکی ها پس از صدور مجوز تبلیغات، مکلف است صفحات مجازی، تبلیغات منتشره و یا آگهی های درج شده در رسانه ها را مرتباً پایش نموده و در صورت تخطی از مفاد دستورالعمل، نسبت به تعلیق مطابق با بند ۵ ماده ۵ اقدام نماید.

ماده ۳۹. تعرفه کارشناسی، صدور، توسعه، تمدید و اصلاح مجوز تبلیغات موضوع این دستورالعمل سالانه از طرف سازمان نظام پزشکی کل پیشنهاد و توسط شورای عالی نظام پزشکی تصویب و به نظام پزشکی های سراسر کشور ابلاغ می گردد.

تبصره ۱: دریافت تعرفه صدور و توسعه مجوز تبلیغات صرفاً در صورت تایید درخواست در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" صورت می گیرد و امکان تخفیف در تعرفه مصوب وجود نداشته و کلیه نظام پزشکی ها مکلف به رعایت تعرفه ابلاغی شورای عالی می باشند.



تبصره ۲: دریافت هزینه کارشناسی مختص بررسی درخواست مجوز تبلیغات کالاها می باشد.

تبصره ۳: چنانچه متقاضی همزمان قصد تبلیغات در چند رسانه یا به چند شیوه را داشته باشد بر اساس جدول تعرفه مصوب شورایعالی به ازای هر یک از ردیف‌های جدول باید مجوز جداگانه صادر و تعرفه جداگانه دریافت گردد.

ماده ۴۰. به منظور ساماندهی تبلیغات و نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل، هماهنگی با سایر ارگان‌ها و نهادهای رسمی کشور و رسیدگی به موارد اعتراض و ارایه پیشنهادات به دبیرخانه شورای عالی کمیته ای با ترکیب زیر تحت عنوان کمیته مرکزی تبلیغات در معاونت فنی و نظارت نظام پزشکی کل تشکیل می گردد:

- (۱) معاون فنی و نظارت سازمان نظام پزشکی به عنوان رییس کمیته
- (۲) دو نفر از اعضای شورای عالی نظام پزشکی
- (۳) نماینده کمیسیون تخصصی مشورتی تبلیغات شورای عالی نظام پزشکی
- (۴) مدیرکل نظارت، ارزشیابی و اعتباربخشی سازمان نظام پزشکی به عنوان دبیر کمیته
- (۵) مدیرکل صلاحیت‌های حرفه ای سازمان نظام پزشکی
- (۶) مدیر دبیرخانه هیات ترویج اخلاق پزشکی سازمان نظام پزشکی
- (۷) معاون انتظامی سازمان نظام پزشکی یا نماینده تام الاختیار وی
- (۸) کارشناس تبلیغات اداره کل نظارت و اعتباربخشی سازمان نظام پزشکی
- (۹) نماینده حقوقی سازمان نظام پزشکی کشور
- (۱۰) نماینده تام الاختیار سازمان صدا و سیما
- (۱۱) نماینده تام الاختیار معاون درمان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (مدیر کل مرکز نظارت و اعتبار بخشی)
- (۱۲) نماینده تام الاختیار رئیس سازمان غذا و دارو (اداره کل نظارت)
- (۱۳) نماینده تام الاختیار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (مدیر کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد)
- (۱۴) نماینده تام الاختیار وزارت کشور (مدیر کل سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور)
- (۱۵) نماینده تام الاختیار سازمان تعزیرات حکومتی (مدیر کل حمایت از حقوق مصرف کنندگان)
- (۱۶) نماینده تام الاختیار رئیس پلیس فتای کشور (رئیس اداره تشخیص و پیشگیری)

تبصره ۵: رئیس کمیته، حسب دستور جلسه مجاز است از نظر کارشناسی نمایندگان سایر ارگان‌ها جهت حضور در جلسه دعوت به عمل آورد.

ماده ۴۱. وظایف و اختیارات کمیته مرکزی تبلیغات به شرح زیر می باشد:

- (۱) برنامه ریزی و انجام اقدامات مورد نیاز جهت پیشبرد امور مربوط در چارچوب قانون نظام پزشکی و مصوبات شورایعالی
- (۲) ساماندهی سامانه های اطلاع رسانی و خدمات برخط سلامت
- (۳) بررسی ملاحظات منطقه ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح کشور و انعکاس پیشنهادات مربوطه به دبیرخانه شورای عالی
- (۴) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در سراسر کشور
- (۵) بررسی، صدور، توسعه، اصلاح، تمدید و تعلیق درخواست مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل درحوزه رسانه ای و جغرافیایی مرتبط (موضوع ماده ۴) در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا"



۶) بررسی صحت و هویت مدارک ارائه شده توسط متقاضی در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" در خصوص بند ۵

ماده ۴۱

۷) بررسی درخواست های ارسال شده از سایر کمیته ها به سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا"

۸) بررسی و اتخاذ تصمیم با حضور معاونت فنی و نظارت مرکز استان در رابطه با مواردی که متقاضی تبلیغات به رأی کمیته های تبلیغات اعتراض دارد.

۹) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته مرکزی تبلیغات در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز یا دستورالعمل تخطی نموده یا شرایط تذکر و تعلیق را رفع نکرده است. در این صورت جبران ضرر و زیان احتمالی بر عهده دارنده مجوز خواهد بود.

۱۰) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته های استانی تبلیغات، در مواردی که صدور مجوز بر خلاف مفاد قوانین یا دستورالعمل تبلیغات سازمان صورت گرفته است.

۱۱) هماهنگی با سایر ارگانها و نهادهای رسمی کشور

ماده ۴۲. شوراهای هماهنگی نظام پزشکی استانها موظف هستند کمیته ای با ترکیب زیر تحت عنوان کمیته تبلیغات استانی به منظور نظارت بر اجرای مطلوب این دستورالعمل در استان، هماهنگی با سایر ارگان ها و نهادهای رسمی استانی و رسیدگی به موارد اعتراض به صدور مجوز تبلیغات توسط شهرستانها (به جزء شهرستان های مرکز استان) و نیز ارایه پیشنهادات به کمیته مرکزی تبلیغات تشکیل دهند:

۱) رئیس شورای هماهنگی نظام پزشکی استان به عنوان رئیس کمیته

۲) معاون فنی و نظارت مرکز استان به عنوان دبیر کمیته

۳) سه نفر از اعضای شورای هماهنگی استان

۴) رئیس هیأت تجدیدنظر انتظامی استان

۵) کارشناس تبلیغات نظام پزشکی

۶) رئیس دانشگاه علوم پزشکی مرکز استان یا نماینده تام الاختیار وی

۷) معاون غذا و داروی دانشگاه مرکز استان یا نماینده تام الاختیار وی

۸) مدیر کل اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یا نماینده تام الاختیار وی

۹) مدیر کل صدا و سیما مرکز استان یا نماینده تام الاختیار وی

۱۰) شهردار مرکز استان یا نماینده تام الاختیار وی

۱۱) رئیس پلیس فتای استان یا نماینده تام الاختیار وی

ماده ۴۳. وظایف و اختیارات کمیته استانی تبلیغات به شرح زیر می باشد:

۱) بررسی ملاحظات منطقه ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح استان و انعکاس پیشنهادات مربوطه به کمیته مرکزی تبلیغات

۲) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در استان

۳) بررسی، صدور، توسعه، اصلاح، تمدید و تعلیق درخواست مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل در حوزه رسانه ای و جغرافیایی

مرتبط (موضوع ماده ۴) در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا"



۴) بررسی صحت و هویت مدارک ارائه شده توسط متقاضی در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" در خصوص بند

۳ ماده ۴۳

۵) رصد و پایش مستمر فضای تبلیغاتی محیطی و مجازی حوزه جغرافیایی آن استان و برخورد با متخلفین

۶) نظارت مستمر بر مجوزهای صادره توسط کمیته استانی تبلیغات و اقدام قانونی در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است.

۷) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته استانی تبلیغات در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است یا شرایط تذکر و تعلیق را رفع مغایرت نکرده باشند. در این صورت جبران ضرر و زیان احتمالی بر عهده دارنده مجوز خواهد بود.

۸) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته‌های تبلیغات شهرستانی مربوط، در مواردی که صدور مجوز بر خلاف مفاد قوانین یا دستورالعمل تبلیغات سازمان صورت گرفته است.

۹) هماهنگی با سایر ارگانها و نهادهای رسمی استان

تبصره ۵: کمیته موضوع ماده ۴۲ می‌تواند قسمتی یا تمام وظایف خود را به کمیته موضوع ماده ۴۴ تفویض نماید.

ماده ۴۴: به منظور بررسی درخواست و صدور مجوز تبلیغات در نظام پزشکی‌های مرکز استان، کمیته‌ای با ترکیب زیر تشکیل می‌گردد:

۱) رئیس نظام پزشکی مرکز استان به عنوان رئیس کمیته

۲) معاون فنی و نظارت مرکز استان به عنوان دبیر کمیته

۳) سه نفر از اعضاء هیأت مدیره به انتخاب هیأت مدیره (دو نفر به عنوان نماینده پزشکان، دندانپزشکان و داروسازان و یک نفر به عنوان نماینده گروه‌های پروانه دار مندرج در ماده ۱۲ فصل چهارم قانون سازمان نظام پزشکی)

۴) معاون انتظامی نظام پزشکی مرکز استان

۵) کارشناس تبلیغات نظام پزشکی مرکز استان

۶) معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

۷) معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

۸) مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

۹) مدیرکل صدا و سیمای استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

۱۰) شهردار مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

۱۱) پلیس فتای مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

ماده ۴۵: وظایف و اختیارات کمیته تبلیغات شهرستان مرکز استان به شرح زیر می‌باشد:

۱) بررسی ملاحظات بومی، منطقه‌ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح شهرستان و انعکاس پیشنهادات مربوط به کمیته استانی تبلیغات

۲) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در سطح شهرستان

۳) بررسی، صدور و توسعه، اصلاح، تمدید و تعلیق درخواست مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل در حوزه رسانه‌ای و جغرافیایی مرتبط (موضوع ماده ۴) در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا"



۴) بررسی صحت و هویت مدارک ارائه شده توسط متقاضی در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" در خصوص بند ۳ ماده

۴۵

۵) رصد و پایش مستمر فضای تبلیغاتی محیطی و مجازی حوزه جغرافیایی آن شهرستان و برخورد با متخلفین

۶) هماهنگی با سایر ارگان‌ها و نهادهای رسمی شهرستان

۷) نظارت بر مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات مرکز استان و اقدام قانونی در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخلفی نموده است.

۸) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات مرکز استان در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخلفی نموده است. یا شرایط تذکر و تعلیق را رفع مغایرت نکرده باشند. در این صورت جبران ضرر و زیان احتمالی بر عهده دارنده مجوز خواهد بود.

ماده ۴۶. در نظام پزشکی‌های سایر شهرستان‌های استان، ترکیب کمیته به شرح زیر خواهد بود:

- ۱) رئیس نظام پزشکی شهرستان به عنوان رئیس کمیته تبلیغات شهرستان
- ۲) دادستان انتظامی شهرستان
- ۳) سه نفر از اعضای هیأت مدیره به انتخاب هیأت مدیره (دو نفر به عنوان نماینده پزشکان، دندانپزشکان و داروسازان و یک نفر به عنوان نماینده گروه‌های پروانه دار گروه‌های مندرج در ماده ۱۱ فصل چهارم قانون سازمان نظام پزشکی)
- ۴) کارشناس تبلیغات شهرستان به عنوان دبیر
- ۵) مدیر شبکه بهداشت و درمان شهرستان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۶) رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۷) شهردار مرکز شهرستان یا نماینده تام‌الاختیار وی

تبصره: روسای هر یک از کمیته‌ها می‌توانند حسب مورد از نمایندگان ارگان‌ها و دستگاه‌های ذیربط جهت شرکت در کمیته بدون حق رأی دعوت بعمل آورند.

ماده ۴۷. وظایف و اختیارات کمیته تبلیغات شهرستانی به شرح زیر می‌باشد:

- ۱) بررسی ملاحظات بومی، منطقه‌ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح شهرستان و انعکاس پیشنهادات مربوط به کمیته استانی تبلیغات
- ۲) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در سطح شهرستان
- ۳) بررسی، صدور، توسعه، اصلاح، تمدید و تعلیق درخواست مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل در حوزه رسانه ای و جغرافیایی مرتبط (موضوع ماده ۴) در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا"
- ۴) بررسی صحت و هویت مدارک ارائه شده توسط متقاضی در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" در خصوص بند ۳ ماده ۴۷

۴۷

۵) هماهنگی با سایر ارگان‌ها و نهادهای رسمی شهرستان

۶) رصد و پایش مستمر فضای تبلیغاتی محیطی و مجازی حوزه جغرافیایی آن شهرستان و برخورد با متخلفین



۷) نظارت بر مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات شهرستان و اقدام قانونی در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است.

۸) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات شهرستان در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است یا شرایط تذکر و تعلیق را رفع مغایرت نکرده باشند. در این صورت جبران ضرر و زیان احتمالی بر عهده دارنده مجوز خواهد بود.

ماده ۴۸. چنانچه علیرغم دعوت رییس نظام پزشکی جهت تشکیل کمیته تبلیغات مربوط، ظرف مدت ۱۵ روز کاری جلسه کمیته برگزار نشد، رییس نظام پزشکی موظف است با رعایت مفاد این دستورالعمل نسبت به بررسی و صدور مجوزهای تبلیغات درخواستی اقدام نماید. انجام پیگیری های لازم جهت تشکیل کمیته کماکان بر عهده رییس نظام پزشکی خواهد بود. کلیه مجوزهای صادره می بایست در اولین جلسه کمیته به استحضار اعضاء کمیته برسد. مجوز صادره به این صورت، توسط کمیته قابل ابطال نخواهد بود ولی در موارد تخلف قابل ابطال در کمیته های سطوح بالاتر می باشد.

تبصره ۵: هر یک از کمیته ها می توانند بنا بر صلاحدید و ملاحظات جغرافیایی شهرستان های تابعه نظام پزشکی مقصد تبلیغ پس از تصویب در کمیته های موضوع مواد ۴۰، ۴۲، ۴۴ و ۴۶ جلسات خود را به صورت مجازی برگزار نمایند. در این صورت نظارت بر تجمیع گزارش جلسات، تجمیع مصوبات و اطلاع رسانی به اعضای کمیته بر عهده ریاست نظام پزشکی شهرستان است.

ماده ۴۹. رسانه ها و جایگاه های اطلاع رسانی و تبلیغاتی که نسبت به انتشار تبلیغات امور پزشکی اقدام می نمایند مکلفند نسبت به بررسی مجوز تبلیغات محتوای مربوطه اقدام نموده و پس از بررسی مجوز دار بودن تبلیغات بر اساس امکانات مندرج در ماده ۷ نسبت به انتشار تبلیغات اقدام نمایند.

تبصره ۱: تخلف هر یک از رسانه ها و جایگاه های اطلاع رسانی و تبلیغاتی متعلق به اشخاص حقیقی یا حقوقی اعم از دستگاه های دولتی، عمومی، خصوصی و نهادهای تبلیغ کنندگان بدون مجوز، تبلیغ کنندگان مجوزداری که از حدود مندرج در مجوز یا مفاد دستورالعمل تخطی نموده اند، با گزارش و یا طرح شکایت سازمان نظام پزشکی در مراجع نظارتی، قضایی یا انتظامی مورد رسیدگی قرار می گیرند. مسئول گزارش یا طرح شکایت رییس کمیته تبلیغات مرتبط می باشد.

تبصره ۲: تخلفات تبلیغاتی اعضاء جامعه پزشکی در هیأت های انتظامی سازمان نظام پزشکی و در صورت نیاز در مراجع قضایی مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت.

تبصره ۳: سازمان مکلف است سامانه ای جهت ثبت گزارشات مردمی و نهادهای نظارتی راه اندازی نموده و به نحو مقتضی اطلاع رسانی نماید.

ماده ۵۰. این دستورالعمل مشتمل بر ۵۰ ماده و ۲۳ تبصره طی مصوبه شماره (۱) چهل و سومین جلسه شورای عالی سازمان نظام پزشکی مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۸ به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب لازم الاجرا است و کلیه ضوابط و دستورالعمل های قبلی مصوب سازمان نظام پزشکی در خصوص تبلیغات و انتشار آگهی های دارویی، مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی، اطلاع رسانی امور پزشکی ملغی می گردد.