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

الف- منظور از مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی کلیهٔ 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 می‌شود که برای تولید، واردات و توزیع نیاز به اخذ مجوز از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی دارند.

ب- منظور از دارو تمام اقلام داروئی، مواد اولیه، ملزومات داروئی و مکمل‌ها می‌باشند که مشمول قانون مربوط به مقررات امور پزشکی، داروئی، مواد خوردنی و آشامیدنی، مصوب ۱۳۳۴ مجلس و آیین نامه و ضوابط داروئی مصوب ۱۳۸۹ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی می‌شوند. مرجع استعلام سازمان غذا و دارو است.

ج- منظور از تجهیزات پزشکی کلیه مواردی است که مشمول آیین‌نامه تجهیزات پزشکی مصوب ۱۳۸۶ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و اصلاحیه‌های بعدی آن می‌شود.

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 می‌شود.

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 دریافت 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 می‌تواند به منزله تبلیغات محسوب گردد.)

تبصره: مرجع تشخیص در خصوص مصادیق تبلیغات، ماده ۲ کمیته‌های تبلیغات موضوع این دستورالعمل می‌باشد.

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، شبکه‌های ماهواره‌ای، محصولات ویدئویی و چند رسانه ای، تیزر، سینما و میان‌پرده‌های سینمایی، تلفن، پیامک، بلوتوث، شبکه‌های صوتی، تصویری سازمانی، بانک‌های اطلاعاتی، پیام‌رسان‌ها

ب- چاپی: انواع رسانه‌های چاپی اعم از نشریات تخصصی پزشکی و نشریات با مخاطب عام، مطبوعات،تبلیغات مندرج بر روی بسته‌بندی کالاها، برچسب، کلیه هدایای تبلیغاتی (منجمله سررسید، بولت ژورنال و ...)، تولیدات چاپی مانند برگه‌های تراکت، کاتالوگ، بروشور، پوستر، دفترچه‌های راهنما

ج- محیطی: تابلوهای شهری، فضای داخلی مطب/دفترکار/موسسه، داخل یا خارج وسایط نقلیه، غرفه های نمایشگاهی، اسلاید

د- مجازی: اینترانت، اینترنت، شبکه‌های 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 می گردد.

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

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

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 می شود. در این شرایط بر اساس تایید اولیه کمیته های تبلیغات، مجوز تمدید خواهد شد. در خصوص موارد تحت شمول ماده ۲۶ تمدید مجوز امکان پذیر نمی باشد.

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 خواهدشد.

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 صرفا 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 هفته ای برای رفع مغایرت از تبلیغات را به دارنده مجوز اعلام نماید. طی این یک هفته مجوز موقتا تعلیق می گردد. 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 می گردد.

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 کمیته های شهرستانی، برخلاف دستورالعمل تبلیغات و یا سایر قوانین و ضوابط باشد مجوز توسط کمیته ی استانی مربوطه یا کمیته مرکزی موضوع دستورالعمل تبلیغات قابل ابطال است. در صورت صدور مجوز بر خلاف دستور العمل توسط کمیته مرکزی تبلیغات، مجوز توسط رئیس کل قابل ابطال خواهدبود.

ماده ۶. مرجع صدور مجوز تبلیغات در شبکه های سراسری صدا و سیما و نشریات سراسری، کمیته مرکزی تبلیغات است. مرجع صدور مجوز تبلیغات در صدا و سیمای 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) می‌باشد.

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 دفترکار می باشد.

۶-۲-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.

۶-۳- 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 صرفا 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 صرفا از طریق سامانه یکپارچه تبلیغات امورپزشکی"سیتا" صورت می‌پذیرد و صدور هرگونه مجوز تبلیغات خارج از این سامانه ممنوع بوده وفاقد اعتبار می باشد. سازمان نظام پزشکی کل موظف است این سامانه را مستمرا 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 شرکتها و موسسات تبلیغاتی اقدام نماید.

تبصره ۱: با توجه به راه اندازی سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" و تجمیع 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 می‌باشد.

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 شبکه‌های 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 امکانپذیر 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 سازمان‌های 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، کانون‌های آگهی و تبلیغات، مطبوعات و رسانه‌های کشور ضمن رعایت مفاد این دستورالعمل موظف به رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌باشند.

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 زیرساخت‌های نرم انتشار آگهی‌های مربوطه را فراهم می‌نمایند، اعم از شرکت‌ها، موسسات، سکوها، سایت‌ها، سامانه‌ها و اپلیکیشن‌های (نرم افزارهای) و مالکین و متصدیان صفحات شبکه‌های 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 سامانه‌های فوق‌الاشاره نیز به عنوان مشارکت کننده در تبلیغات غیرمجاز شناخته خواهند شد و علاوه بر کاربر ثبت و منتشرکننده 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 می‌باشد.

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» لازم الاجرا 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. کمیته های تبلیغات مکلفند محتوای اطلاع رسانی و تبلیغات درخواستی مطبها و دفاتر کار را بر اساس معیار های 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 نام‌خانوادگی تخلف محسوب می گردد.

ب: برای کلیه رشته های مقطع فلوشیپ درج تمامی عناوین مندرج در پروانه در تبلیغات الزامی و برای سایر رشته ها 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/دفترکار 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 (بورد/دانشنامه) چنانچه در پروانه طبابت قید شده باشد اختیاری است.

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

ح: رشته های 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 می گردد.

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

ل: نامگذاری برای مطب و دفترکار ممنوع است.

م: درج عبارات مرکز تخصصی، مرکز، کلینیک، پلی‌کلینیک در تبلیغات مطب/دفترکار به معنای تأسیس موسسه پزشکی بوده و مجاز نمی باشد.

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 مطب ها و دفاتر کار ممنوع است.

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

تبصره: استفاده از عناوین زیبایی ممنوع است. درج عنوان پلاستیک صرفا 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، بیمه‌های 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 بهره‌برداری و وظایف مندرج در آیین‌نامه 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 انجمن‌ها و سایر تشکل‌های 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.

تبصره۱: انتشار تصاویر شماتیک از نواحی ژنیتال، برست و آنال مجاز نیست .

تبصره۲: 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/دفترکار یا موسسه مجاز است. در این صورت، صوت یا تصویر هیچ فرد دیگری به جز کادردرمانی پروانه‌دار آن موسسه، نباید دیده شود. انتشار تصاویر تجهیزات پزشکی در پس زمینه محتوای تبلیغ، به گونه ای که برند محصول مشخص نباشد در صورت تائید کمیته تبلیغات مجاز خواهد بود.

ماده ۲۶. محتوای تبلیغات مطب‌ها، دفاترکار و مؤسسات نباید موجب تنزل شأن جامعه پزشکی شود. تشخیص با کمیته تبلیغات صادر کننده مجوز می‌باشد.

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 صرفا 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 سرپایی (به شرح ماده ۳۰)، صدور مجوز تبلیغات جهت تابلوهای تبلیغاتی شهری صرفا 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 صرفا 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 صرفا 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 عینا 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 می‌نماید 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/دفترکار، 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 مجاز 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 مرتبا 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 پزشکی‌های سراسر کشور ابلاغ می‌گردد.

تبصره ۱: دریافت تعرفه صدور و توسعه مجوز تبلیغات صرفا در صورت تائید درخواست در سامانه یکپارچه تبلیغات امور پزشکی "سیتا" صورت می‌گیرد 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 ارگان ها 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 می‌گردد:

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

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

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 رسانه‌ای 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 کمیته‌های 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 شهرستان‌های مرکز استان) و نیز ارایه پیشنهادات به کمیته مرکزی تبلیغات تشکیل دهند:

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

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

۳) سه نفر از اعضای شورای هماهنگی استان

۴) رییس هیأت تجدیدنظر انتظامی استان

۵) کارشناس تبلیغات نظام پزشکی

۶) رییس 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 سیمای 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 می‌باشد:

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 درحوزه 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 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 کمیته های 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: کمیته موضوع ماده ۴۲ می تواند 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، کمیته ای با ترکیب زیر تشکیل می گردد:

۱) رییس نظام پزشکی مرکز استان به عنوان رییس 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 تام الاختیار وی

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

۸) مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یا نماینده تام الاختیار وی

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

۱۰) شهردار مرکز استان یا نماینده تام الاختیار وی

۱۱) پلیس فتای مرکز استان یا یا نماینده تام الاختیار 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 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 بند۳ ماده ۴۵

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

۶) هماهنگی با سایر ارگان ها 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 تخطی نموده است.

۸) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات مرکز استان 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 ۴۶. در نظام پزشکی‌های سایر شهرستان‌های استان، ترکیب کمیته به شرح زیر خواهد بود:

۱) رییس نظام پزشکی شهرستان به عنوان رییس 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 تام الاختیار وی

۶) رییس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام الاختیار وی

۷) شهردار مرکز شهرستان یا نماینده تام الاختیار وی

تبصره: روسای هر یک از کمیته ها می‌توانند حسب مورد از نمایندگان ارگان ها 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 بند۳ ماده ۴۷

۵) هماهنگی با سایر ارگان ها 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: 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 جایگاه‌های 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 جایگاه‌های اطلاع رسانی و تبلیغاتی متعلق به اشخاص حقیقی یا حقوقی اعم از دستگاه های دولتی، عمومی، خصوصی و نهادها؛ تبلیغ کنندگان بدون مجوز، تبلیغ کنندگان مجوزداری که از حدود مندرج در مجوز یا مفاد دستورالعمل تخطی نموده‌اند، با گزارش و یا طرح شکایت سازمان نظام پزشکی در مراجع نظارتی، قضایی یا انتظامی مورد رسیدگی قرار می‌گیرند. مسئول گزارش یا طرح شکایت رییس کمیته تبلیغات مرتبط می باشد.

تبصره ۲: تخلفات تبلیغاتی اعضاء جامعه پزشکی در هیأت‌های 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 دستورالعمل‌های قبلی مصوب سازمان نظام پزشکی در خصوص تبلیغات و انتشار آگهی‌های دارویی، مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی، اطلاع رسانی امور پزشکی ملغی می‌گردد.