

به نام خدا

**گزارش تحلیلی میزان تبلیغات  
کالاهای آسیب رسان در استان  
کردستان**

**توصیف مسئله:** از آنجا که بیشترین بار بیماری‌ها مربوط و منتسب به بیماری‌های غیرواگیر و عوامل خطر ذیربط از جمله چاقی و اضافه وزن، مصرف دخانیات و آلودگی هواست و از طرفی کشش تقاضا به دلیل تبلیغات کاذب در مورد بسیاری از کالاها و خدمات رو به افزایش می‌باشد، قانون‌گذار به منظور کاهش مخاطرات تهدیدکننده سلامت و کاهش کشش تقاضای این نوع کالاها و خدمات در برنامه پنجم توسعه اجتماعی و اقتصادی ذیل ماده ۳۷ به این موضوع توجه نموده تا با وضع عوارض، اخذ جریمه و منع تبلیغات موفق به این منظور دست یابد.

تبلیغات و بازاریابی بسیاری از کالاها و خدماتی که در چارچوب قانونی و کسب مجوزهای لازم تولید می‌شوند، بطور معمول می‌تواند بدون هیچ مانعی انجام شود و تا زمانی که سیاست‌های مشخصی برای محدود نمودن مصرف کالاها و خدمات مزبور در نظر گرفته نشود، می‌تواند سبب روی آوردن گسترده مردم به آنها گردد و آثار زیانباری را بر سلامتی مردم تحمیل کند. مهمتر از نظارت و برخورد سازمان‌های مسوول بر عدم تبلیغ کالای آسیب‌رسان به سلامت مردم که بود و نبود آن در اما و اگر است، آگاهی مردم از وجود فهرست کالاهای آسیب‌رسان و شکل‌گیری مطالبه عمومی برای جلوگیری از تبلیغ چنین کالاهایی به ویژه در شبکه‌های تلویزیونی است، به عبارتی دیگر مردم باید در این زمینه هوشمندانه عمل کنند و فریب رنگ و لعاب تبلیغات کالاهایی مانند روغن، چپیس، پفک و انواع نوشیدنی‌های گازدار را نخورند.

سابقه قانون ممنوعیت تبلیغ کالاهای آسیب‌رسان به سلامت بیشتر به برنامه پنجم توسعه بر می‌گردد؛ در قانون‌های چهارم، پنجم و ششم توسعه هم تأکید فراوانی در زمینه عدم تبلیغ این کالاها انجام شده و از طرفی مجازات‌هایی برای جلوگیری از پخش آن درخواست شده است.

قانون به وزارت بهداشت تکلیف کرده است که فهرست کالاهای آسیب‌رسان به سلامت را تعیین و ابلاغ کند. از طرفی وزارت بهداشت به مردم توصیه می‌کند کالاهایی که به سلامت آسیب می‌زنند را کمتر مصرف کنند. هر چند تضمینی وجود ندارد که مردم از این کالاها کمتر مصرف کنند اما می‌توان امیدوار بود که با شکل‌گیری مطالبه عمومی استقبال کمتری از تبلیغات چنین کالاهایی شود. وزارت بهداشت بر اساس قانون وظیفه تولید سلامت جامعه را برعهده دارد و یکی از وظیفه‌های وزارت بهداشت این است که هر سال کالاهای آسیب‌رسان به سلامت را مشخص کرده و موارد منع تبلیغ را هم به صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام کند.

فهرست کالاهای آسیب‌رسان به سلامت برای منع تبلیغات در شورای عالی امنیت غذایی به ریاست رئیس جمهوری و چند وزارتخانه عضو این شورا، مصوب شده و همین مصوبه ضمانت اجرایی برای این موضوع محسوب می‌شود. در سطح استان‌ها نیز این موضوع پیگیری شده و ریاست کارگروه سلامت و امنیت غذایی با استاندار و دبیری آن با دانشگاه‌های علوم پزشکی در مورخه ۹۵/۳/۲۵ در دومین کارگروه ساغ به تصویب رسیده است.

### **آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان**

ماده ۲- موارد زیر تبلیغ خلاف واقع محسوب می‌شود:

ل- تبلیغ کالاها و خدماتی که از سوی دستگاه‌های ذیربط حسب اختیارات و وظایف قانونی آنها غیر مجاز اعلام می‌شوند

م- تبلیغ کالاها و خدمات فاقد مجوزی که بر اساس قوانین و مقررات، تولید و عرضه آنها منوط به اخذ مجوز از مراجع وظایف

قانونی ذیربط می‌باشد

ماده ۳- مسئولیت تبلیغ خلاف واقع بر عهده سفارش‌دهنده و سازنده آگهی است.

## بند ج ماده ۷ قانون احکام دائمی برنامه های توسعه

هرگونه تبلیغات خدمات و کالاهای آسیب رسان به سلامت موضوع ماده ۴۸ قانون الحاق مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) بر اساس تشخیص و اعلام وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان ملی استاندارد ایران از سوی همه رسانه ها ممنوع است. این بند قانونی بر اساس بند ج ماده ۳۷ قانون برنامه پنجم توسعه تبدیل به قانون دائمی گردید.

### ماده ۴۸ قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲)

هرگونه تولید و واردات و عرضه کالاها و خدمات آسیب رسان به سلامت و داروهای با احتمال سوء مصرف، مشمول عوارض خاص تحت عنوان عوارض سلامت می باشد. فهرست خدمات و اقدامات و کالاهای آسیب رسان به سلامت و داروهای با احتمال سوء مصرف توسط وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و درصد عوارض (حداکثر ده درصد ارزش کالا) برای این کالاها در ابتدای هر سال توسط کارگروهی با مسؤولیت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و با عضویت وزارتخانه های امور اقتصادی و دارایی، تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صنعت، معدن و تجارت و معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور تعیین و ابلاغ می شود. صددرصد (۱۰۰٪) مبلغ وصولی پس از واریز به خزانه و مبادله موافقتنامه به صورت درآمد - هزینه در اختیار دستگاههای اجرائی مربوطه قرار می گیرد.

#### ممنوعیت تبلیغ اقدامات و کالاهای آسیب رسان به سلامت جامعه

- فهرست اقدامات و کالاهای آسیب رسان به سلامت و داروهای با احتمال سوء مصرف توسط وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و درصد عوارض برای این کالاها در ابتدای هر سال توسط کارگروهی با مسؤولیت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و با عضویت وزارتخانه های امور اقتصادی و دارایی، بازرگانی، رفاه و تأمین اجتماعی و صنایع و معادن و معاونت تعیین و ابلاغ می شود.
- تبلیغ خدمات و کالاهای تهدیدکننده سلامت که مصادیق آن سالانه توسط کارگروه موضوع بند (الف) این ماده تعیین و اعلام می شود از سوی کلیه رسانه ها ممنوع است.

تبصره - عدم رعایت مفاد بند (ج) این ماده مستوجب جزای نقدی از ده میلیون (۱۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال با حکم مراجع ذیصلاح قضائی خواهد بود. در صورت تکرار برای هر بار حداقل بیست درصد (۲۰٪) به جریمه قبلی اضافه می شود.

## انتظارات برنامه :

- اعلام فهرست کالاهای آسیب رسان به سلامت و داروهای دارای پتانسیل سوءمصرف در جلسات سلامت ممانعت از پخش تبلیغات مرتبط با فهرست کالاها و خدمات آسیب رسان به سلامت و داروهای دارای پتانسیل سوءمصرف
- ممانعت از پخش تبلیغات مرتبط با فهرست کالاها و خدمات آسیب رسان به سلامت ( سازمان صدا و سیما)
  - ممانعت از تبلیغات رسانه ای مرتبط با فهرست ( سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی)
  - راهکارهای اجرایی شدن اخذ عوارض از فهرست کالاهای آسیب رسان به سلامت ( سازمان امور اقتصادی و دارایی)
  - تشکیل شعبه ویژه قضایی برای متخلفین در مورد تبلیغات کالاهای آسیب رسان جهت اخذ جریمه ( معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه )
  - نظارت بر منع تبلیغات و معرفی متخلفین به مراجع قضایی ( پلیس فتای ناجا )
  - ممانعت از فروش کالاهای آسیب رسان در بوفه های مدارس ( سازمان آموزش و پرورش )
  - ممانعت از تبلیغات پیام کوتاه با موضوعیت فهرست اعلام شده ( شرکت مخابرات )

## اقدامات صورت گرفته :

۱. طرح موضوع در دومین کارگروه سلامت و امنیت غذایی استان در مورخه ۹۵/۳/۲۵
۲. برگزاری کمیته های درون و برون بخشی در سطح استان و شهرستان
۳. برگزاری کارگاههای آموزشی استانی و شهرستانی
۴. ارسال لیست کالاهای آسیب رسان به ادارات ( هر ساله بصورت فایل های به روز شده ) درگیر در برنامه
۵. هماهنگی با ادارات درگیر در برنامه در سطح استان و شهرستان هر ساله
۶. پیگیری تبلیغات کالاهای آسیب رسان و توقف تبلیغات

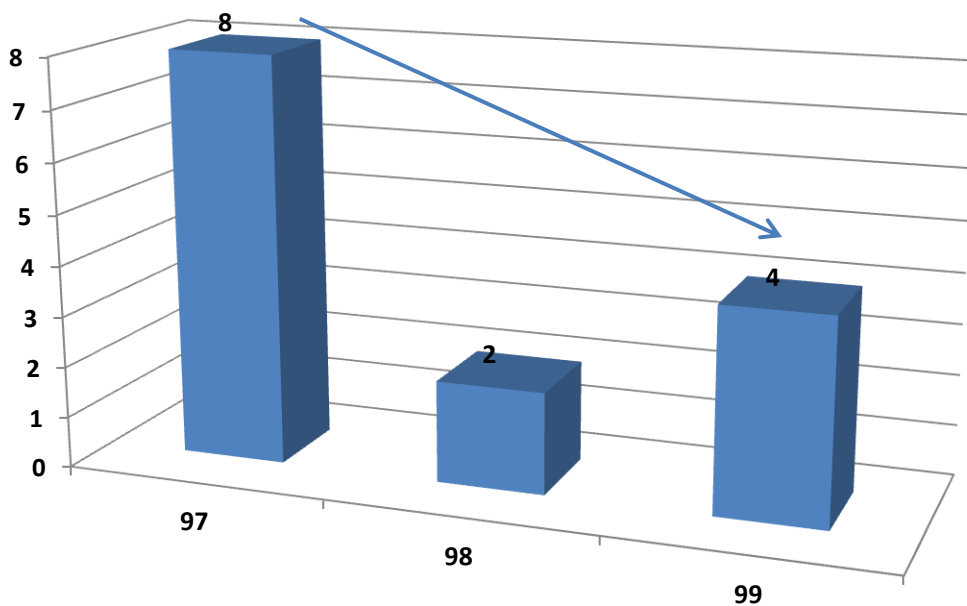
در خصوص برخورد با موارد تبلیغ جداول ذیل به تفکیک سال آمده است

نتیجه	اقدامات	برند	نوع ماده غذایی	محل نصب بنر	تاریخ	۱۳۹۷
جمع آوری گردید	مکاتبه	کیک نادری	خانه کیک	میدان انقلاب و سه راه شریف آباد و میدان اقبال	۹۷/۳/۳	۱
با تاخیر جمع آوری شد	مکاتبه	مرکز کیک و دسر سوویت لند	کیک و دسر	میدان اقبال و سه راه جهاد	۹۷/۲/۲	۲
با تاخیر جمع آوری شد	مکاتبه	ژیهات	ماء الشعیر	خیابان صفری	۹۷/۴/۴	۳
جمع آوری گردید	مکاتبه	نمایشگاه مواد غذایی	شیرینجات	میدان اقبال و میدان قبا	۹۷/۶/۶	۴
جمع آوری گردید	تماس	آصف	شیرینی	خیابان صفری و سه راه شریف آباد	۹۷/۵/۱۲	۵
جمع آوری گردید	تماس	پیتزا تای به ت	پیتزا	خیابان صفری	۹۷/۵/۲۰	۶
اصلاح تبلیغات	تماس	مسترگرد) اصلاح (تبلیغات)	پیتزا	سه شریف آباد	۹۷/۵/۳۰	۷
جمع آوری گردید	همکاری بین بخشی	سحر	سس	میدان کوهنورد	۹۷/۷/۱۰	۸

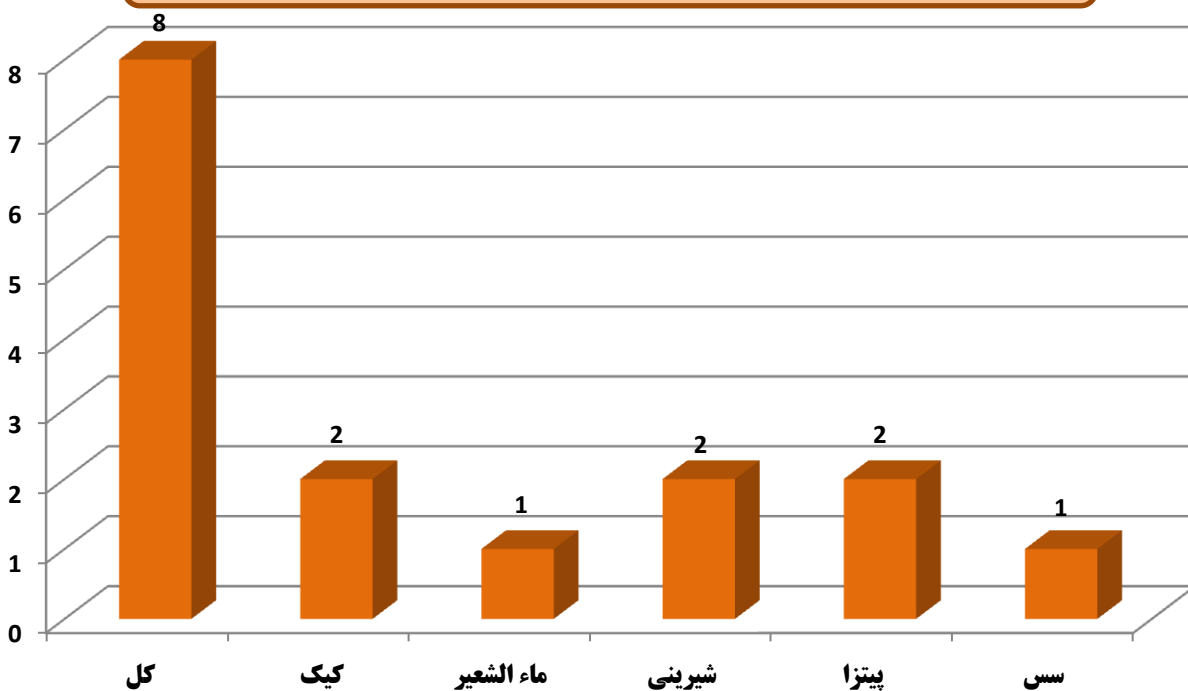
نتیجه	اقدام	برند	نوع ماده غذایی	محل نصب	تاریخ نصب بنر	۱۳۹۸
جمع آوری شد	تماس - مکاتبه شهرداری	آصف	شیرینی	خیابان صفری و سه شریف آباد	۹۸/۴/۲	۱
اصلاح بنر	اصلاح بنر	جشنواره کیک و نوشیدنی	نوشیدنی و جشنواره کیک	میدان اقبال و میدان قبا	۹۸/۳/۳	۲

نتیجه	اقدام	نوع مواد تبلیغی	برند	محل تبلیغ	تاریخ تبلیغ	۱۳۹۹
با تاخیر جمع آوری شد	مکاتبه - و تشکیل جلسه با نماینده محصول	نوشابه	لاکیدو	سه شریف آباد	۹۹/۴/۵	۱
با تاخیر جمع آوری شد	مکاتبه - و تشکیل جلسه با نماینده محصول	آب میوه	فروتلند	بلوار کردستان - سه راه ادب	۹۹/۷/۳	۲
اصلاح بنر	مکاتبه - و تشکیل جلسه با نماینده محصول	شیرینی	شیرینی پانید	بلوار پاسداران	۹۹/۶/۲۵	۳
قطع تبلیغ در دی ماه	دوبار مکاتبه (۱۱ و ۲۶/۹/۹۹)	چیپس	چیپس چیا	صدا و سیما	آبان ماه	۴

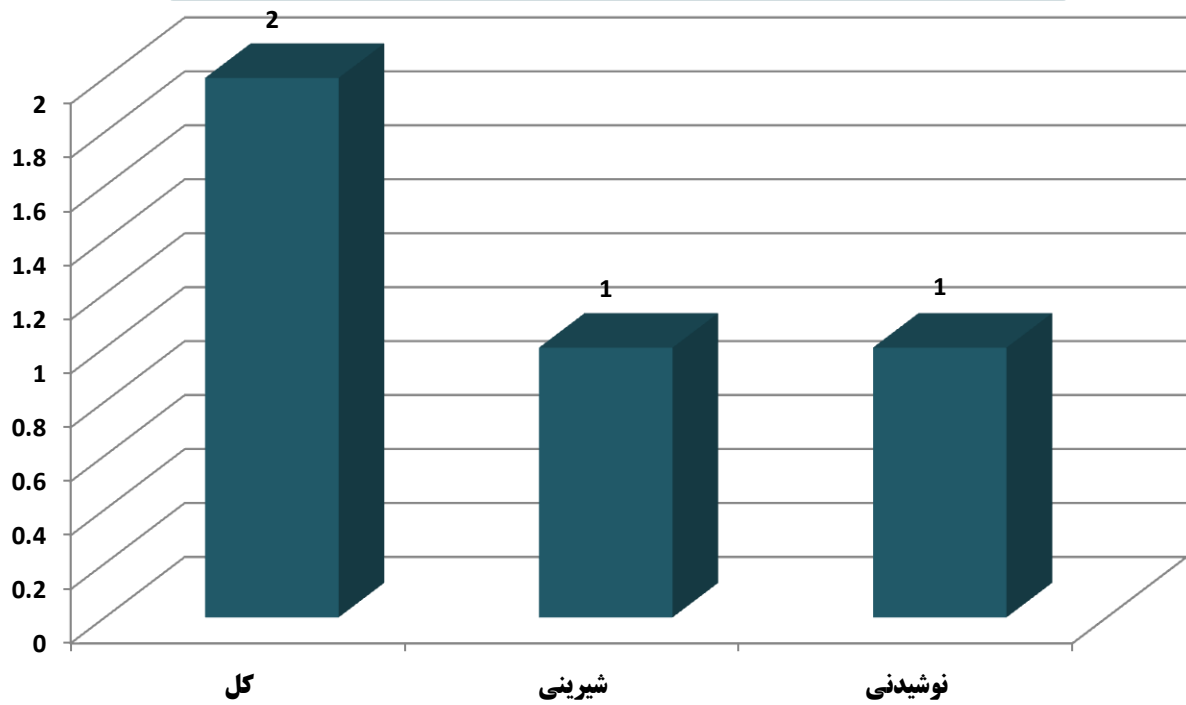
نمودار مقایسه ای تعداد موارد تبلیغ کالاهای آسیب رسان در سه سال متوالی



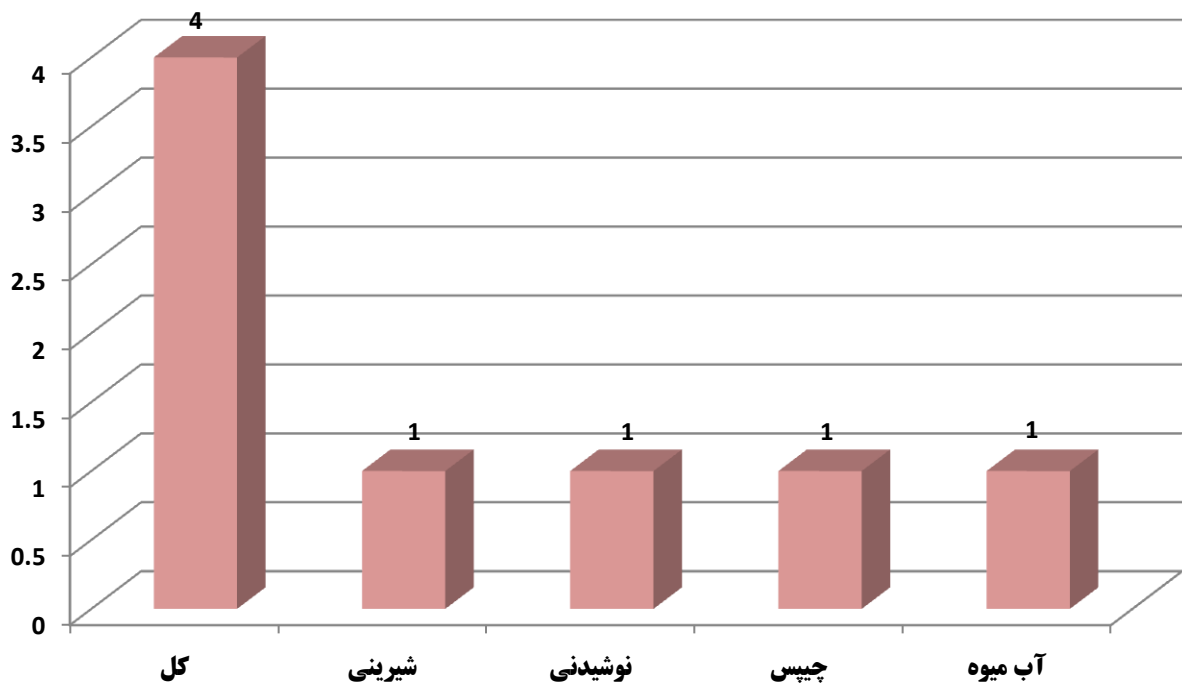
نمودار موارد تبلیغات انجام شده در سال ۹۷ به تفکیک مواد غذایی



### نمودار موارد تبلیغات انجام شده در سال ۹۸ به تفکیک مواد غذایی

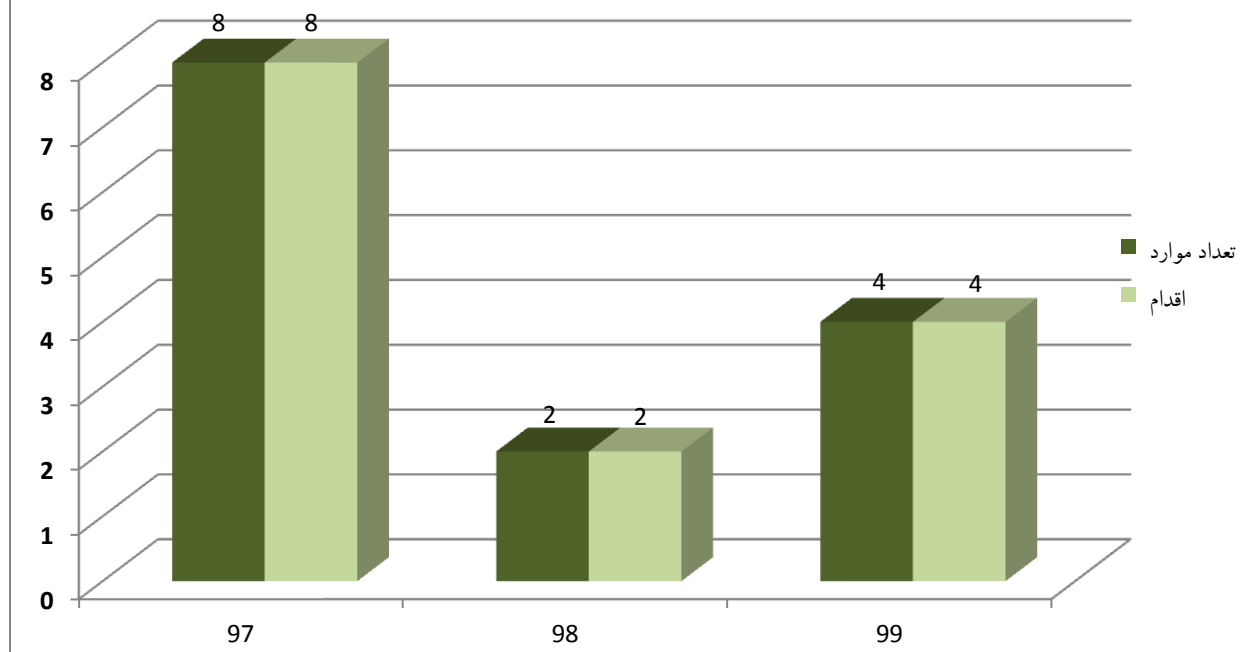


### نمودار موارد تبلیغات انجام شده در سال ۹۹ به تفکیک مواد غذایی

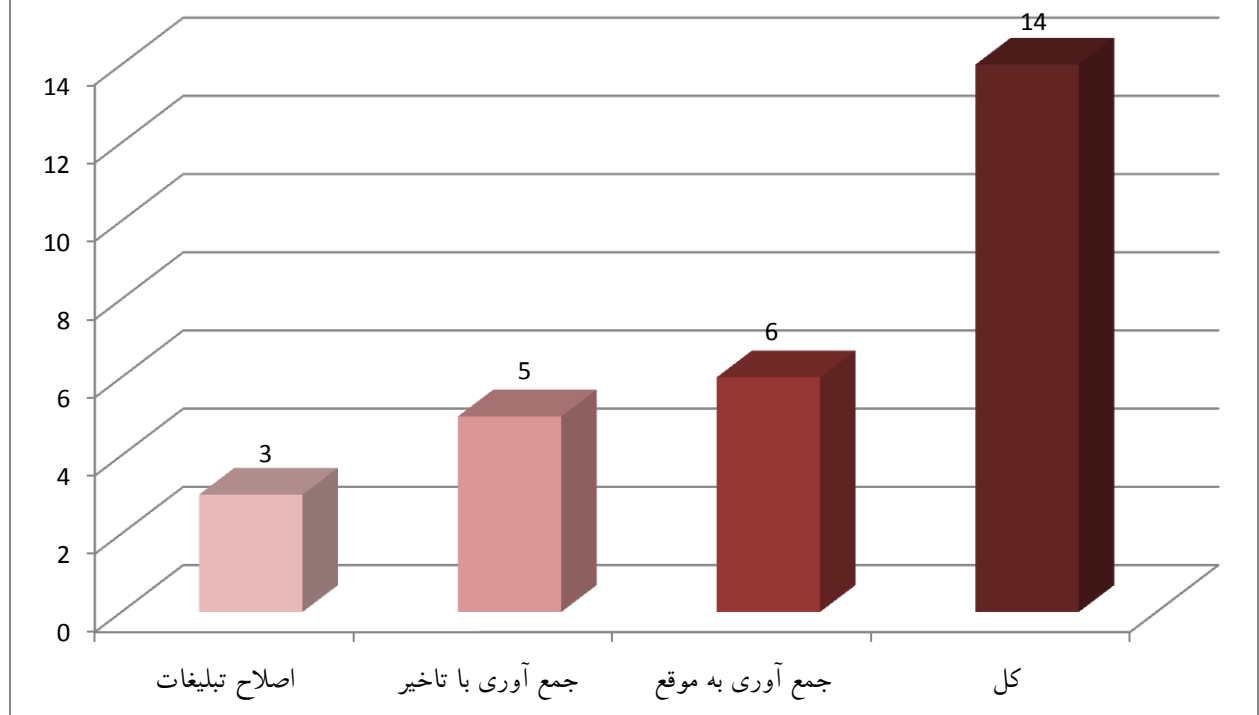




نمودار مقایسه ای موارد تبلیغ شده و اقدامات صورت گرفته در سه سال متوالی



نتایج پیگیری تبلیغات توسط دانشگاه علوم پزشکی از سال ۱۳۹۷ تا سال ۱۳۹۹



## نتیجه گیری و پیشنهاد:

بر اساس فعالیتها و پیگیری های صورت گرفته ، هماهنگی و همکاری با ارگانهای مختلف در سالهای اخیر و اطلاعات به دست آمده نشانگر آن است با جلوگیری از تبلیغ کالاهای آسیب رسان و جایگزینی آموزشهای صحیح و مداوم می توان گام مهمی در جهت کاهش بیماریهای غیر واگیر برداشت لذا تداوم این وضعیت نیازمند همکاری کلیه ارگانهای درگیر در برنامه و اعمال درست قانون در برخورد با متخلفین می باشد .

در استان کردستان اقدامات لازم در مورد این مهم به خوبی صورت گرفته و آمار و ارقام نشان از کاهش قابل توجه تبلیغات این مواد غذایی در سطح استان در سال ۹۸ و افزایشی نسبی در سال ۹۹ دارد .