



کاهش تبلیغات کالا و محصولات داخلی

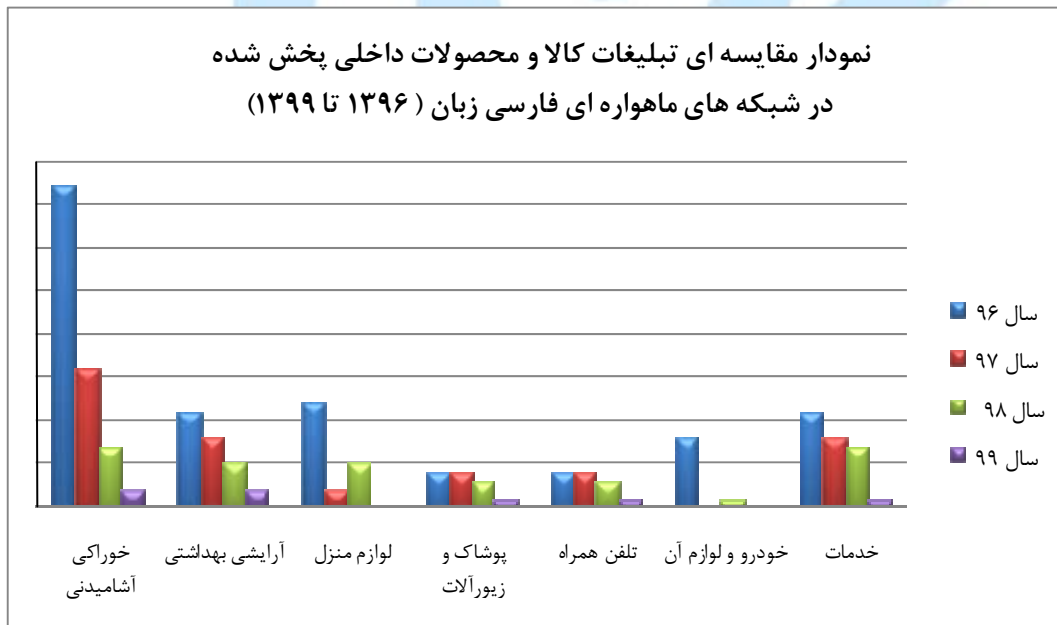
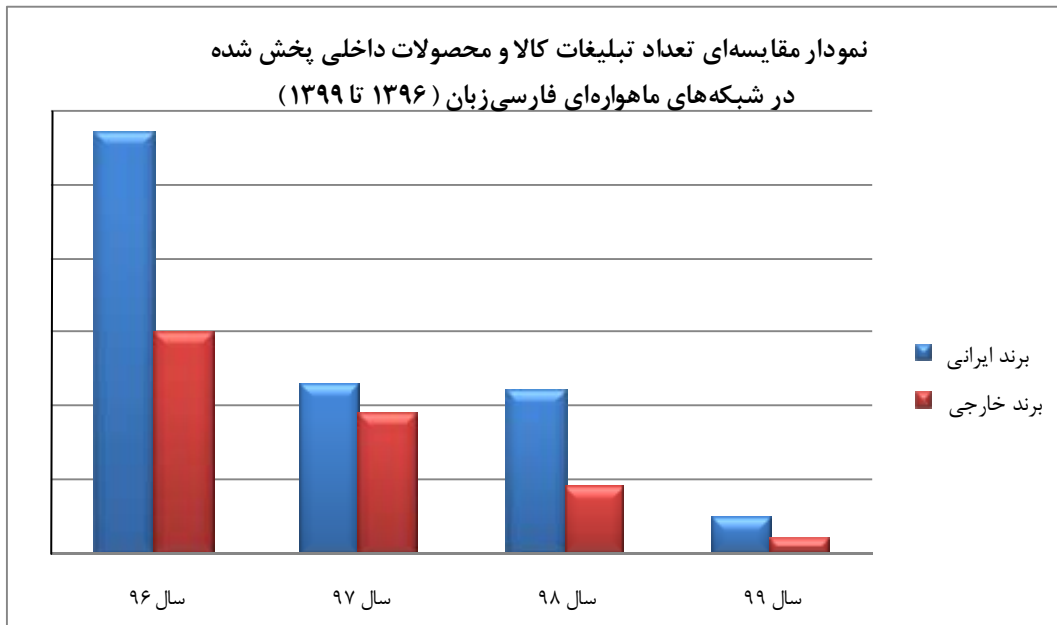
تبلیغات به اصلی ترین منبع تأمین مالی رسانه‌ها تبدیل شده و رقابت آن‌ها را در جذب و انتشار پیام‌های تجاری، برانگیخته است. بر همین اساس، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان نیز زمان زیادی از برنامه‌های خود را به تبلیغ کالاها اختصاص داده‌اند. بنا بر منافع ملی و در راستای حفظ سرمایه‌های عمومی و جلوگیری از خروج سرمایه‌های مالی کشور و انتقال آن‌ها به بازارهای سرمایه‌ای خارجی هدف، مقابله با کمپین‌های رسانه‌ای، تبلیغاتی و اقتصادی این شبکه‌ها در دستور کار قرار داده شده است. بر همین اساس، تکالیف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه اقدامات رسانه‌ای کشور را دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی به‌صورت مستمر، پیگیری و اجرا می‌نماید.

تغییر رویکرد صاحبان کالا و خدمات داخلی از مراجعه به شبکه‌های برون‌مرزی و ترغیب و تشویق آنان به تبلیغ در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در رسانه ملی از جمله برنامه‌های ایجابی دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی است که همراه با دیگر اقدامات مراجع ذی‌ربط انجام گرفته است و خوشبختانه در سال‌های اخیر، استقبال مناسبی از تبلیغ نکردن در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و کاهش چشم‌گیر تبلیغات در این شبکه‌ها شده است.

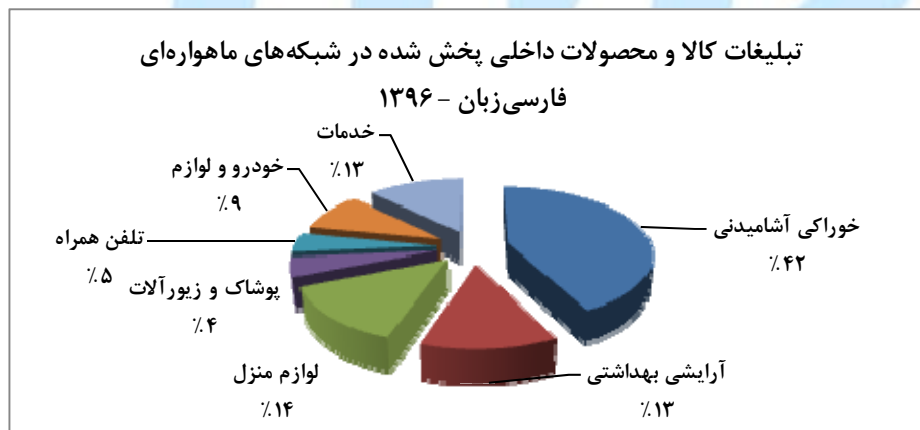
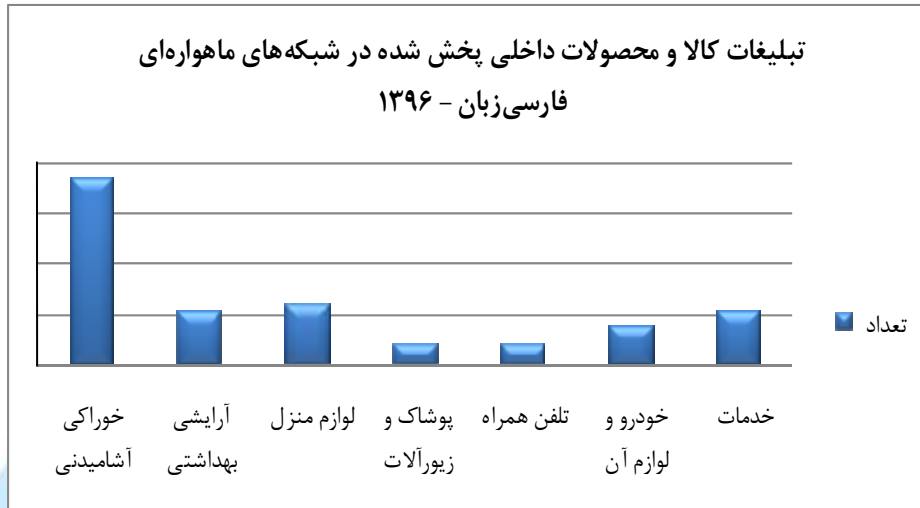
جمع	تعداد		سال
	برند خارجی	برند ایرانی	
۸۷	۳۰	۵۷	۱۳۹۶
۴۲	۱۹	۲۳	۱۳۹۷
۳۱	۹	۲۲	۱۳۹۸
۷	۲	۵	۱۳۹۹

* تغییرات بالا به این معناست که تبلیغات کالا و محصولات داخلی در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در طی سال‌های ۱۳۹۶ تا نیمه اول سال ۱۳۹۹ با کاهش ۹۰ درصدی روبه‌رو شده و به یک دهم سال ۱۳۹۶ رسیده است.



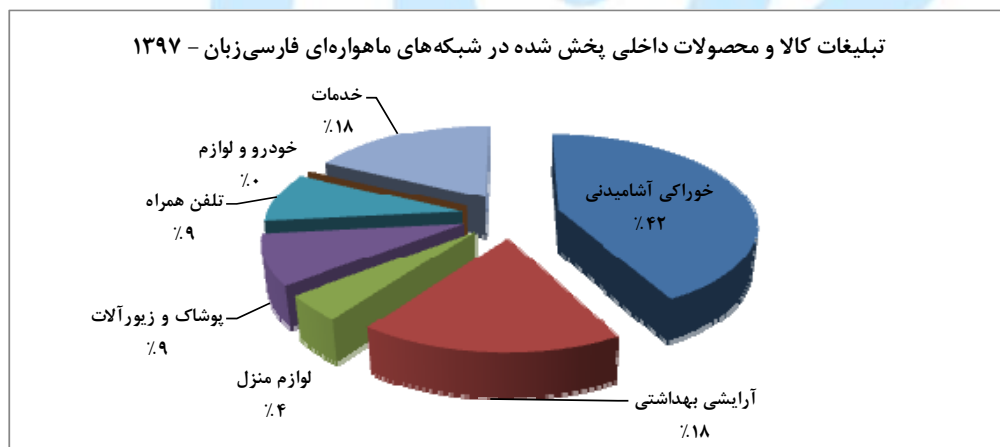
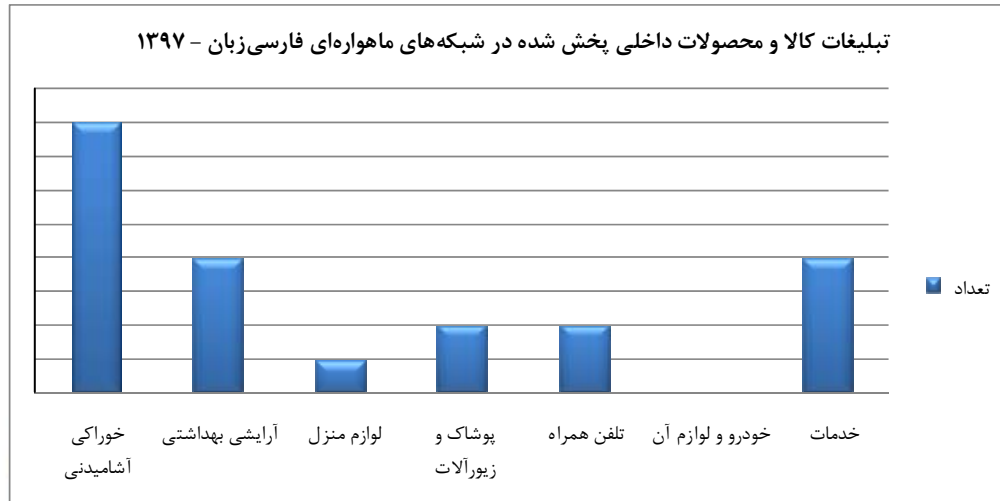


سال ۱۳۹۶



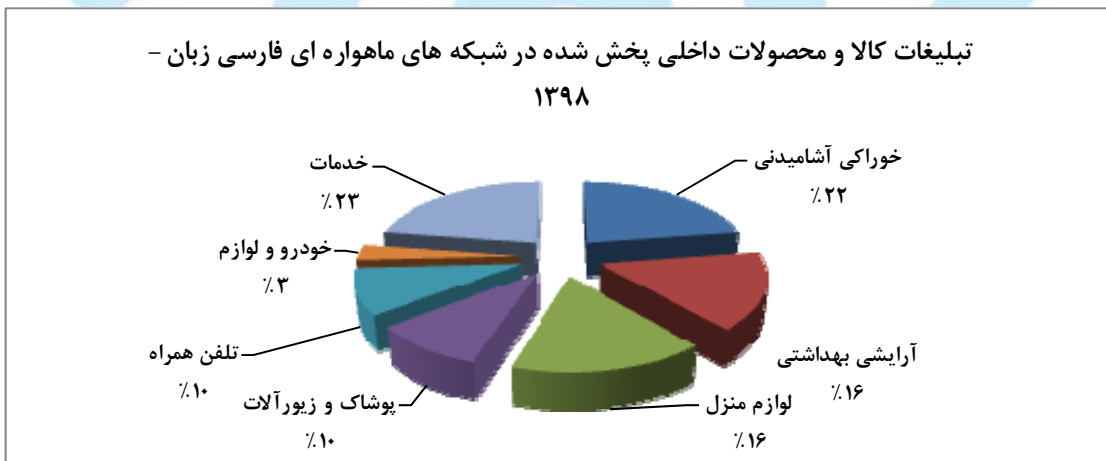
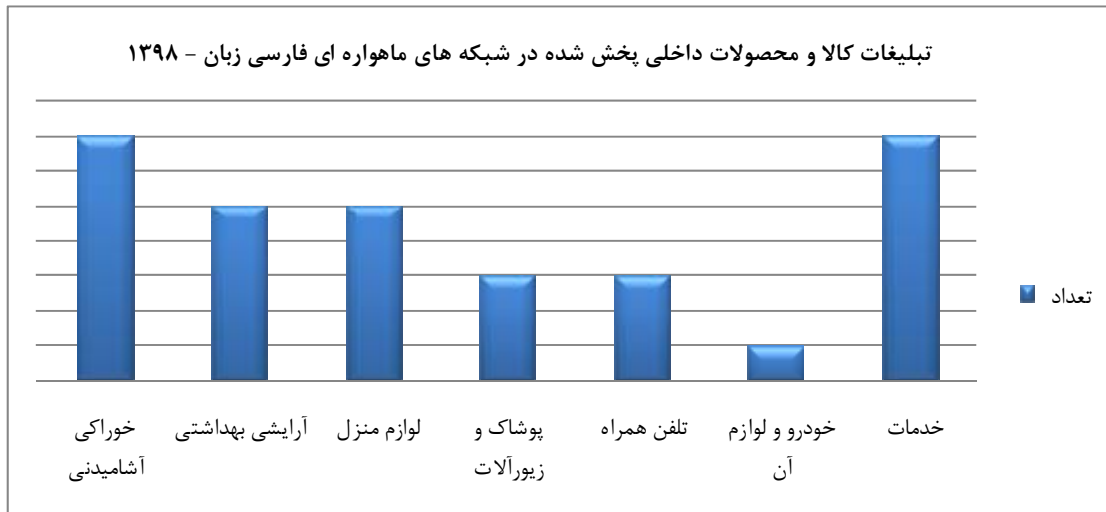
- * تبلیغات کالا و محصولات داخلی در گروه رسانه‌های GEM بیشترین میزان پخش را داشته‌اند و پس از آن شبکه‌های 4UTV، GALA TV، TINTV و PMC بیشترین میزان پخش را دارا بودند.
- * بیشترین آگهی پخش شده مربوط به گروه محصولات خوراکی آشامیدنی و بعد از آن به ترتیب به گروه لوازم منزل، آرایشی بهداشتی و خدمات تعلق دارد.

سال ۱۳۹۷



- * تبلیغات کالا و محصولات داخلی در گروه رسانه‌ای GEM بیشترین میزان پخش را داشته است و پس از آن به ترتیب شبکه‌های TINTV , NEXTV GALA TV , ITOON ,PMC , PERSIANA TV بیشترین میزان پخش را دارا بودند.
- * بیشترین آگهی پخش شده مربوط به گروه محصولات خوراکی آشامیدنی و بعد از آن محصولات آرایشی بهداشتی و خدمات است.

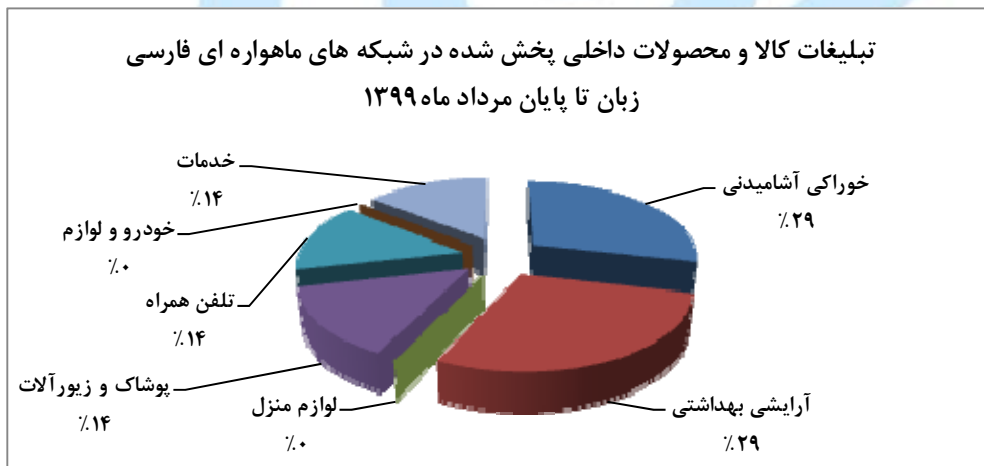
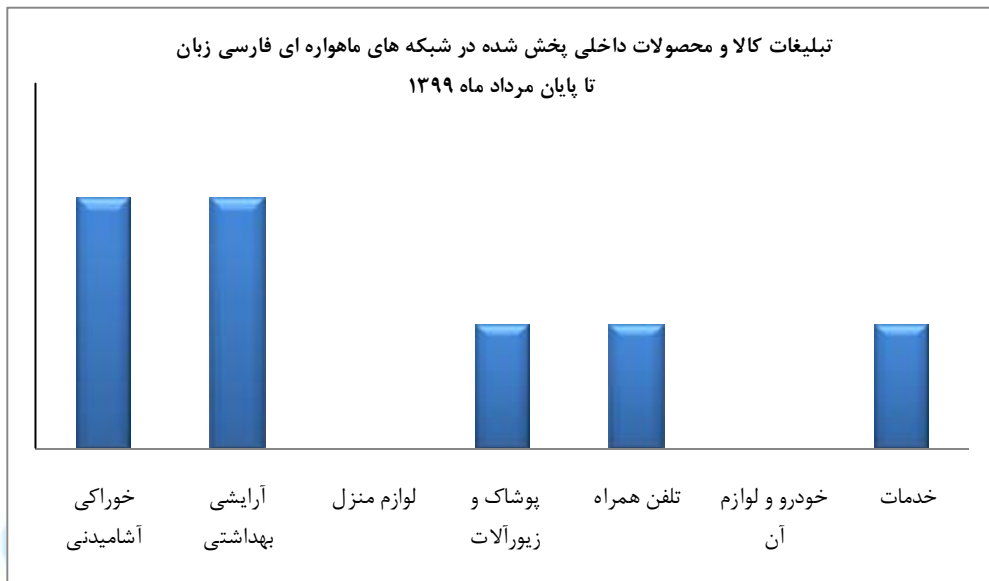
سال ۱۳۹۸



* تبلیغات کالا و محصولات داخلی در شبکه های فارسی زبان گروه **GEM** بیشترین میزان پخش را داشته است و پس از آن تبلیغات در شبکه های **TIN TV** و **PNTV** بیشترین بوده اند.

* بیشترین آگهی پخش شده مربوط به گروه محصولات خوراکی آشامیدنی و پس از آن به گروه خدمات، محصولات آرایشی بهداشتی و لوازم منزل تعلق دارد.

نیمه اول سال ۱۳۹۹



* تبلیغات کالا و محصولات داخلی در شبکه‌های فارسی‌زبان گروه **GEM** بیشترین میزان پخش را داشته است.
* بیشترین آگهی پخش شده مربوط به گروه محصولات خوراکی آشامیدنی و پس از آن به محصولات آرایشی بهداشتی تعلق دارد.