

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۶-۱۴۳۰ / ۱۰ - ۹۸ (فایل pdf)

در راستای تحقق بند ۱۰ سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی در خصوص حمایت همه جانبه و هدفمند از صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و با هدف ارز آوری مثبت و اجرایی نمودن مفاد بسته های حمایت از صادرات غیر نفتی کشور در سالهای ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ و بر اساس اهداف و وظایف قانونی سازمان توسعه تجارت ایران، بدینوسیله شیوه نامه اجرایی نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور جهت اجرا توسط سازمان توسعه تجارت ایران به شرح ذیل ابلاغ می گردد.

ماده (۱) تعاریف:

۱-۱) مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور:

به مکانی دارای فضای اداری، تجاری و نمایشگاهی گفته می شود که توسط سازمان توسعه تجارت ایران یا اشخاص حقوقی دارنده مجوز از سوی این سازمان، در بازارهای هدف، با راهبرد توسعه صادرات غیر نفتی، بازاریابی، نمایش و عرضه محصولات صادراتی ایرانی، ارائه و معرفی توانمندی های فنی و مهندسی، جذب سرمایه گذاری خارجی و ظرفیتهای توسعه همکاری های اقتصادی و تجاری فیما بین ایران و کشور هدف راه اندازی می گردد.

۱-۲) انواع و اشکال مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور:

مرکز تجاری مکانی است که با تمرکز جهت ارائه همه یا لاقول یکی از خدمات زیر شکل بگیرد:

الف: مرکز دائمی نمایشگاهی با ارائه نمونه محصولات ایرانی و با هدف بازاریابی محصولات داخلی در بازارهای هدف صادراتی

ب: مرکز فروش و عرضه کالاها و خدمات شرکت های ایرانی چه توسط مجری واحد و چه با حضور نمایندگان شرکتها در مرکز تجاری

ج: مرکز معرفی توانمندی های تولید و خدماتی ایران و خدمات مشاوره صادراتی، حقوقی، بازاریابی و تحقیقات بازار (وفق بند الف ماده ۲)

۱-۳) اشخاص حقوقی مجاز برای ارائه درخواست مجوز:

۱- کلیه اشخاص حقوقی که در سامانه بانک اطلاعات سازمان توسعه تجارت ایران ثبت نام کرده و ارزیابی آنان مورد تایید قرار گرفته باشد و همچنین دارای صلاحیت عمومی و تخصصی موضوع این دستورالعمل بوده و فعالیت آنها به نوعی در ارتباط با تجارت باشند.

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۶ / ۱۴۳۰ - ۰ / ۱۰ / ۹۸ (فایل pdf)

۲- تشکلهای صادراتی، اعضاء اتاق های بازرگانی و تعاون، شرکتهای مدیریت صادرات، شرکتهای ارائه دهنده خدمات نمایشگاهی

۳- صادرکنندگان خوشنام و معتبر و یا فعالان اقتصادی ذیصلاح (به تایید سفارت ج.ا.ایران در کشور هدف، رایزن بازرگانی و یا اتاق بازرگانی کشور هدف) مشمول این شیونامه خواهند بود.

تبصره: مجوزها به دو بخش تقسیم میگردد: بخش نخست مجوز تاسیس مرکز تجاری و در گام بعد و در صورت تایید عملکرد، مجوز بهره برداری

۴-۱) رویدادهای تجاری:

رویدادهای تجاری شامل مواردی از قبیل برگزاری نمایشگاه در کشور هدف، اعزام و پذیرش هیاتهای تجاری، برگزاری همایشها، میزگردها، نشست های تخصصی (B2B) و کارگاه های آموزشی با دریافت مجوز لازم (طبق ضوابط سازمان توسعه تجارت ایران) می باشد.

ماده ۲) شرح خدمات مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور:

مدیران مسئول و مجریان مراکز تجاری و بازاریابی می توانند در تمام و یا بخشی از خدمات ذیل فعالیت نموده و بابت خدمات مراکز تجاری و بازاریابی کارمزد دریافت نمایند. کارمزد این خدمات بصورت سالانه پس از بررسی در کارگروه این شیوه نامه و ابلاغ از سوی سازمان، قابلیت دریافت دارد. کمک های سازمان برای اینگونه خدمات در قالب بسته حمایتی مصوب ستاد اقتصاد مقاومتی و در چارچوب مشوقهای صادراتی سالانه و پس از تایید اسناد مثبت هزینه توسط سازمان صورت خواهد پذیرفت.

خدمات مراکز تجاری و بازاریابی:

الف: مرکز دائمی نمایشگاهی با ارائه نمونه محصولات و با هدف بازاریابی محصولات ایرانی

- ارائه مشاوره بازار، بازارسازی، بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی
- تهیه و ارائه اطلاعات بازار
- ارائه خدمات مشاوره تجاری و اقتصادی در بخش های مختلف
- ارائه خدمات حقوقی، ثبت برند و لوگو شرکت در بازار هدف
- ارائه خدمات تبلیغاتی در بازار هدف
- اختصاص فضای نمایشگاهی به شرکتهای متقاضی ایرانی

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۶-۱۴۳۰ / ۱۰ - ۰ / ۹۸ (فایل pdf)

- اختصاص فضای اداری به شرکتهای متقاضی ایرانی
- اختصاص انبار به شرکتهای متقاضی ایرانی
- مشاوره در ارتباط با خدمات بانکی
- ارائه خدمات بازاریابی به شرکتهای مستقر در مرکز
- تامین امکانات اداری جهت تسهیل خدمات بازاریابی
- توسعه تعاملات با نهادهای مرتبط در بازار هدف
- کمک به انعقاد قراردادهای تجاری
- ارائه خدمات لجستیک (حمل و نقل، بیمه، انبار، اقامت و ...)
- ایجاد و ارائه بانکهای اطلاعاتی
- برگزاری رویدادهای تجاری به منظور معرفی توانمندیها و امکانات تولیدی-تجاری بازار ایران به مخاطبان خارجی ویا معرفی ظرفیت های تجاری بازارهای هدف به فعالان اقتصادی ایرانی(طبق ضوابط و مجوزهای صادره سازمان توسعه تجارت ایران)
- سایر موضوعات بنا به نظر سازمان توسعه تجارت ایران

ب: مرکز فروش کالاها و خدمات شرکت های ایرانی

- ارائه مشاوره بازار، بازارسازی، بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی
- ارائه خدمات حقوقی ، ثبت برند و لوگو شرکت در بازار هدف
- ارائه خدمات تبلیغاتی در بازار هدف
- اختصاص فضای اداری به شرکتهای متقاضی ایرانی
- مشاوره در ارتباط با خدمات بانکی
- ارائه خدمات بازاریابی به شرکتهای مستقر در مرکز
- تامین امکانات اداری جهت تسهیل خدمات بازاریابی
- کمک به انعقاد قراردادهای تجاری
- ارائه خدمات لجستیک (حمل و نقل ، بیمه ، انبار، اقامت و ...)
- ایجاد و ارائه بانک های اطلاعاتی
- فراهم نمودن انبارهای مورد نیاز شرکتهای ایرانی جهت انبارش و فروش محصولات در بازار هدف

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۶ / ۱۴۳۰ / ۰۰ / ۹۸ (فایل pdf)

- رصد مناقصات و کمک به شرکت های ایرانی در خصوص حضور در مناقصات مربوط به صادرات خدمات

ج: مرکز خدمات مشاوره صادراتی، بازاریابی و تحقیقات بازار

- ارائه مشاوره بازار، بازاریابی، بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی
- تهیه و ارائه اطلاعات بازار و فعالان خارجی مرتبط با طرف های ایرانی
- ارائه خدمات مشاوره تجاری و اقتصادی در بخش های مختلف
- ارائه خدمات حقوقی ، ثبت برند و لوگو شرکت در بازار هدف
- ارائه خدمات تبلیغاتی
- مشاوره در ارتباط با خدمات بانکی
- ارائه خدمات بازاریابی به شرکتهای مستقر در مرکز
- توسعه تعاملات با نهادهای مرتبط در بازار هدف
- کمک به انعقاد قراردادهای تجاری
- ارائه خدمات لجستیک (حمل و نقل ، بیمه ، انبار، اقامت و...)
- ایجاد و ارائه بانکهای اطلاعاتی
- برگزاری رویدادهای تجاری
- سایر موضوعات بنا به نظر سازمان توسعه تجارت ایران

ماده ۳) ساختار ملکی مرکز تجاری:

فضا و امکانات مکان ایجاد مراکز تجاری می تواند بصورت ملکی (خرید) و یا بصورت استیجاری چند ساله (حداقل ۲ سال) باشد.

تیسره: مدت زمان اعتبار مجوز مرکز تجاری متناسب با سال های اجاره و یا ملکی بودن ماکن مرکز خواهد بود.

ماده ۴) الزامات ایجاد مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور:

۴-۱- ارائه طرح توجیهی مبنی بر لزوم راه اندازی و ایجاد مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کشور هدف (طبق فرم های ارائه شده از سوی سازمان توسعه تجارت ایران)

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۶ / ۱۴۳۰ - ۰ / ۱۰ - ۹۸ (فایل pdf)

- ۴-۲- اخذ تاییدیه ها و مجوزهای لازم برای فعالیتهای مورد تصدی و اعلام شده متناسب با ضوابط و قوانین کشور هدف و ارائه به سازمان توسعه تجارت ایران
- ۴-۳- ارائه تقاضای رسمی به سازمان توسعه تجارت ایران (معاونت توسعه بازارهای صادراتی) به همراه ارائه مستندات لازم و درج شده در این شیوه نامه و ارائه تایید مستندات توسط سفارت ایران و یا رایزن بازرگانی مستقر در بازار هدف به سازمان توسعه تجارت ایران
- ۴-۴- ارائه تعهدنامه کتبی به سازمان در اجرای تکالیف مندرجه و سایر موارد اعلامی در راستای تضمین و تامین اعتبار و عدم ایجاد خسارت مادی و معنوی به نظام تجاری کشور و رعایت شئون فرهنگی و بازرگانی کشور، رعایت حقوق مراجعه کنندگان، رعایت ضوابط و قواعد کشورمان و کشور هدف
- ۴-۵- بهره برداری از مکانهایی همچون غرفه یا دفتر یا فروشگاه در مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور صرفاً برای ارائه محصولات و خدمات ایرانی است. ولی خدمات عمومی و دفاتر تسهیلاتی در مرکز می تواند از طریق شرکتهای خارجی انجام پذیرد.
- ۴-۶- متقاضیان ایجاد و راه اندازی مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور می بایستی مدارک اهلیت انجام کار را داشته و آن را ارائه دهند از جمله:
کد مالیاتی، مشخصات ثبت شرکت در خارج از کشور، مجوز کار، ارائه گواهی های مربوطه از جمله شماره حساب بانکی (عدم بدهی معوقه سازماندهی نشده)، سوء پیشینه و ...
- ۴-۷- فعالیت مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور و ارائه خدمات آن ها نباید انحصاری بوده بلکه باید به تناسب ظرفیت موجود در اختیار کلیه شرکتهای ایرانی متقاضی قرار گیرد.
- ۴-۸- مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور، می بایستی از حداقل امکانات لازم شامل امکانات اداری شامل تجهیزات اداری، تلفن، فاکس، اینترنت، نیروی انسانی با مجوز کار از کشور هدف و ... باشند.
- ۴-۹- مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور، صرفاً، با مدیریت، هدایت و مشارکت درسرمایه گذاری و بهره برداری بخش خصوصی ایرانی (مقیم ایران یا خارج از کشور) مستقر در بازار هدف قابل راه اندازی می باشد.

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۶-۱۴۳۰-۰ / ۱۰۰ / ۹۸ (فایل pdf)

۱۰-۴- ایجاد مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کشورهای مختلف هیچگونه انحصاری را برای ایجاد کننده این مراکز ایجاد نمی کند. این مراکز می توانند در پایتخت کشورها، مراکز استانها، مناطق آزاد و یا قطب های تولید و تجارت کشورهای هدف ایجاد شود.

ماده ۵) میزان و نحوه کمک:

میزان کمک سازمان برای راه اندازی، تجهیز و بهره برداری از این مراکز براساس دستورالعمل مشوقهای صادراتی و شیوه نامه نحوه حمایت از مراکز تجاری صورت می پذیرد.

ماده ۶) بازارهای هدف:

بازارهای هدف مشمول صدور مجوز تاسیس و حمایت از مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور، به تشخیص کارگروه این شیوه نامه و تایید سازمان توسعه تجارت ایران شناسایی و معرفی می شوند.

تبصره - تعداد مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور مستقر در هر کشور با توجه به حجم بازار و وسعت آن کشور و تخصصی بودن مراکز تجاری می تواند افزایش یابد.

ماده ۷) شرح خدمات و الزامات سازمان:

- ۱-۷- صدور مجوز مرکز تجاری و بازاریابی در کشور هدف و تمدید آن در صورت رعایت ضوابط
- ۲-۷- امکان استفاده از لوگوی سازمان در مرکز تجاری
- ۲-۷- ارائه اطلاعات لازم و کمک های فنی، بازاریابی و حمایت های معنوی
- ۳-۷- کمک به اجرای برنامه های این مراکز و اجرای رویدادهای تجاری با مجوز سازمان توسعه تجارت ایران
- ۴-۷- نظارت و ارزیابی عملکرد این مراکز در دوره های حداکثر یکساله
- ۵-۷- معرفی مرکز تجاری به نهادها و حوزه های مرتبط با فعالیت مرکز تجاری در کشور هدف.
- ۶-۷- همکاری رایزنان بازرگانی ایران مستقر در کشورهای هدف و حسب لزوم استقرار در مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور

شیوه نامه نحوه تاسیس مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی

۱۳۹۸ / ۳ / ۳۰
در خارج از کشور ۹۸ / ۱۰ - / ۱۴۳۰ - ۶ (فایل pdf)

ماده ۸) سیاستهای راهبردی مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور

به منظور تدوین سیاستهای راهبردی مراکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در خارج از کشور، کارگروهی در سازمان توسعه تجارت ایران با مسئولیت معاونت توسعه بازارهای صادراتی سازمان و با عضویت معاونت توسعه صادرات کالا و خدمات، نماینده وزارت امور خارجه، اتاق بازرگانی ایران، اتاق تعاون و امور حقوقی سازمان توسعه تجارت ایران تشکیل می گردد تا نسبت به رسیدگی به موضوع اقدام نمایند. سازمان توسعه تجارت ایران متولی نظارت، ارزیابی عملکرد و رسیدگی به تخلفات احتمالی مراکز تجاری و بازاریابی در خارج از کشور و تعلیق یا ابطال مجوز می باشد.

ماده ۹) اجرای مفاد این شیوه نامه منوط به ابلاغ و تخصیص منابع و اعتبارات لازم بوده و تشکیل پرونده برای متقاضیان ایجاد هیچگونه حقی نمی نماید.

ماده ۱۰) مسئولیت قانونی سازمان و مراکز تجاری در قبال شرکتهای و اشخاص ثالث:

فعالیت این مراکز بصورت مستقل و بدون وابستگی با حفظ شخصیت حقوقی وفق ضوابط مربوطه بوده و سازمان توسعه تجارت ایران هیچگونه تعهد و مسئولیتی در قبال روابط مرکز با تجار اعم از تضمین قراردادهای و تفاهم نامه های منعقد و بطور کلی هرگونه رابطه تجاری یا غیر تجاری، قراردادی یا غیر قراردادی نداشته و مدیر مرکز با قبول منجز مراتب بالکل قبول مسئولیت می نماید.

تبصره: به منظور حفظ نظارت و اعمال حاکمیت دولت و ایجاد بستر مناسب اقتصادی، اعتبار و حیات حقوقی و تجاری شیونامه منوط به تنظیم، امضاء و ارائه اقرار نامه و سند ترک دعوی که جزء لاینفک شیوه نامه بوده، می باشد و صدر ماده نافی اعمال حاکمیت و نظارت دولت نمی گردد.

ماده ۱۱) این شیوه نامه در ۱۱ ماده و ۴ تبصره تنظیم و ابلاغ گردید.


محمد رضا مودودی