



Arab Republic of Egypt

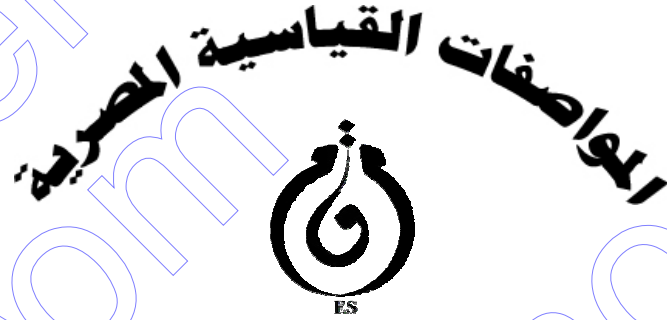
EDICT OF GOVERNMENT

In order to promote public education and public safety, equal justice for all, a better informed citizenry, the rule of law, world trade and world peace, this legal document is hereby made available on a noncommercial basis, as it is the right of all humans to know and speak the laws that govern them.

ES 4841 (2005) (Arabic): Advertising requirements of (products and services)

BLANK PAGE





م ق م : ٢٠٠٥ / ٤٨٤١

اشتراطات الإعلان عن (السلع والخدمات)

جمهورية مصر العربية
الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة



تاريخ الاعتماد : ٢٠٠٥/٩/٢٩

كل الحقوق محفوظة للهيئة، ما لم يحدد خلاف ذلك، ولا يجوز إعادة إصدار أى جزء من المواصفة أو الانتفاع به فى أى شكل وبأى وسيلة إلكترونية أو ميكانيكية أو خلافها ويتضمن ذلك التصوير الفوتوغرافى والميكروفيلم بدون تصريح كتابى مسبق من الهيئة أو الناشر.

الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة

العنوان : ١٦ ش تدريب المتدربين – السواح – الأميرية.

تليفون : ٢٨٤٥٥٢٢ – ٢٨٤٥٥٢٤

فاكس : ٢٨٤٥٥٠٤

moi@idsc.net.eg

بريد الكترونى :

www.eos.org.eg

موقع الكترونى :



م ق م ٢٠٠٥ / ٤٨٤١

مقدمة

المواصفة القياسية المصرية رقم ٢٠٠٥/٤٨٤١ الخاصة باشتراطات الاعلان عن السلع والخدمات متماثلة فنيا مع ميثاق الشرف لمهنة الاعلان – الجمعية المصرية للاعلان.

قام بإعداد هذه المواصفة لجنة التوافق رقم (٢٠/٢) الخاصة بمواصفات حماية المستهلك



اشتراطات الإعلان عن (السلع و الخدمات)

١ المجال

تختص هذه المواصفة القياسية باشتراطات الاعلان عن السلع و الخدمات التى تحقق حماية المستهلك و المجتمع وتساعد صناعة الاعلان على القيام بدور فعال فى تنمية الاقتصاد. و تشمل المواصفة التعاريف – المتطلبات العامة للاعلان و المتطلبات الخاصة لبعض الاعلانات – المبادئ و الممارسات الاخلاقية فى مجال الاعلان .

٢ التعاريف

١ / ٢ الاعلان

أحد الوسائل المستخدمة على المستوى العام للدعاية و التعاريف او لزيادة الثقة و الترويج لمنتج او خدمة عبر وسائل الاعلان المختلفة المسموعة و المرئية و المقرؤة أو باى وسيلة أخرى.

٢ / ٢ طالب الاعلان

الجهة التى تطلب الاعلان عن منتج (سلعة أو خدمة).

٣ / ٢ الوسط الاعلانى او الوكالة الاعلانية

الجهة التى تقوم بتوصيل المعلومات الى وسيلة الاعلان.

٤ / ٢ وسيلة الاعلان

الوسيلة المستخدمة لتقديم أو عرض او بث الاعلان مثل (الاذاعة- التلفزيون – الجرائد – المجلاتالخ).

٣ مسئولية الاعلان

تقع مسئولية صلاحية الاعلان على جميع الاطراف المعنية بدءا من طالب الاعلان و الوسيط الاعلانى أو الوكالة الاعلانية و كذلك على وسيلة الاعلان .



٤ اشتراطات الاعلان

- ١ / ٤ الا يخالف الاعلان القوانين المطبقة فى مصر و يحظر الاعلان عن سلعة أو خدمة صدر بشأنها قرارات أو قوانين بعدم النشر كما لا ينبغى الاعلان عن المنتجات التى لا يمكن توافرها .
- ٢ / ٤ يكون الاعلان بلغة يسهل فهمها بواسطة الجميع و لا يتضمن اية بيانات مضلله أو مخالفة لحقيقة المنتج .
- ٣ / ٤ تكون البيانات مرتبطة بالمنتج الذى يتم الترويج له .
- ٤ / ٤ يراعى الاعلان متطلبات البيئة و الامان و الصحة و السلامة .
- ٥ / ٤ لا يجوز الاعلان عن منتج (سلعة او خدمة) تحمل علامة تجارية مملوكة للغير إلا بتصريح من مالكيها .
- ٦ / ٤ ان تحتفظ كل جهة من الجهات المسؤولة عن الاعلان بنسخة اصلية من الاعلان.
- ٧ / ٤ يكون للوكالة الاعلانية او الوسيط الاعلانى و طالب الاعلان (المعلن) كيانا قانونيا ومستوفي لكافة المستندات و التراخيص اللازمة من الجهات المعنية.
- ٨ / ٤ على الوسيط الاعلانى أو الوكالة الاعلانية أن تتحقق بشكل قاطع بالمستندات من جهة التصنيع وحصول طالب الاعلان على التصاريح اللازمة للاعلان من الجهات المختصة (الرقابية) قبل النشر .
- ٩ / ٤ أن يشير الاعلان الى الوسيط الاعلانى أو الوكالة الاعلانية إن وجد.
- ١٠ / ٤ اذا كان الاعلان يوضح خصائص المنتج (سلعة أو خدمة) أو النتائج المتوقعة من استخدامة فانه يتعين على وسيلة الاعلان أو الوسيط الاعلانى أن تطلبها من طالب الاعلان .
- ١١ / ٤ اذا تضمن الاعلان اشارة عن حصول أى منتج (سلعة أو خدمة) أى علامة أو شهادة للتمييز (جودة - بيئة - سلامة - أمان.....) فيلزم تقديم شهادة معتمدة من الجهات المختصة للوكيل الاعلانى أو الوكالة الاعلانية تؤكد صحة ذلك.

٥ الاشتراطات الخاصة لبعض الاعلانات

هناك اشتراطات خاصة تعتمد على مجال الاعلان و تؤخذ فى الاعتبار الى جانب الاشتراطات العامة (بند ٤) يمكن توضيحها على النحو التالى :

١ / ٥ الاعلانات الخاصة بالاطفال



يجب أن يتوافر في هذه الاعلانات الاشتراطات الواردة في المواصفة القياسية المصرية الخاصة (بالاشتراطات الواجب توافرها في الاعلانات الخاصة بالاطفال) التي تصدرها الهيئة في هذا الشأن.

٢ / ٥ المنتجات المتعلقة بالصحة و التجميل

١ / ٢ / ٥ يجب أن تدعم البيانات الواردة بهذه النوعية من الاعلانات بالدليل العلمي و موافقة صريحة من وزارة الصحة.

٢ / ٢ / ٥ تكون السلعة موضوع الاعلان مسجلة لدى السلطات الرسمية و يوضح رقم التسجيل و تاريخه بالاعلان.

٣ / ٢ / ٥ الا يشجع او يتضمن الاعلان بان هذه السلعة لاتحتاج الى مراجعة الطبيب أو الاستشارة الطبية.

٣ / ٥ الاعمال الخيرية

١ / ٣ / ٥ لا يجوز استخدام الاعمال الخيرية في الترويج للسلعة (تحويل جانب أو نسبة من النقود التي يدفعها المستهلك لهذا المنتج الى عمل خيري معترف به) الا بأخذ موافقة رسمية من الجهات المختصة.

٦ المبادئ و الممارسات الاخلاقية المرتبطة بالاعلان

تعتبر المبادئ التالية اداة لتنظيم الاعلان و تطبق على جميع انواع الاعلانات و على كافة الوسائل الاعلانية و تتلخص هذه المبادئ فيما يلي :

١ / ٦ الاحساس بالمسئولية تجاه المستهلكين و المجتمع :

يلتزم الاعلان بالاخلاقيات و الذوق العام أى لايشمل الاعلان على العناصر تحط من الكرامة الانسانية و لا تشمل مواد - او بيانات أو عروض مرئية أو صوتية أو تأثيرات حسية تمثل اساءه لمستويات الاداب العامة و ألا يستخدم الاعلان عناصر الخوف.

٢ / ٦ الاحترام الكامل لمبادئ المنافسة العادلة و الحرة و الشريفة:

ينبغي الايشابه الاعلان اى اعلان اخر مشابهه شديدة على نحو يؤدي الى التضليل و يسبب التشويش . كما لا يستغل الاعلان بهدف الاساءه أو التشكيك أو التقليل لاي منتج (سلعة أو خدمة) مشابهه.

٣ / ٦ الحفاظ على السمعة الحسنة لصناعة الاعلان:

يلتزم العاملون فى مجال الاعلان بالقواعد الادبية فى مجال استخدام التصميمات و الافكار و الابتكارات الاعلانية و تجنب الذم فى الاخرين و ألا يحتوى الاعلان على شئ يتغاضى عن السلوك غير الاجتماعى أو يعتبر دافعا لهذا السلوك

٤ / ٦ الالتزام بالامانة - الصدق - النزاهة :

لا يستخدم الضغط المادى فى التأثير على السياسة الاعلانية لاحدى وسائل نشر الاعلانات.



٧ دور المستهلك في الإعلانات المخالفة

في حالة الإعلانات المخالفة أو المضللة يجب على المستهلك التصدي لمثل هذه الإعلانات و في هذه الحالة عليه أن يتقدم بشكوى الى الجهات المعنية على أن تكون الشكوى من ضرر حقيقى و لدى الشاكى البراهين و الادلة على وقوع هذا الضرر.

٨ المصطلحات الفنية

الإعلان	Advertising
مسئولية الإعلان	responsibility of advertising
مضلل	deceitful
وكالة إعلانية	advertising agency

٩ المراجع

١ / ٩ ميثاق الشرف لمهنة الإعلان - الجمعية المصرية للإعلان.

٢ / ٩ بحوث و دراسات ميدانية.

الجهات التي اشتركت في وضع هذه المواصفه

قام بإعداد هذه المواصفه اللجنة الفنية رقم (٢ / ٢٠) والخاصة بمواصفات حماية المستهلك والتي يضم تشكيلها الجهات التالية :

- الاتحاد النوعى لجمعيات حماية المستهلك.
- الجمعيه المصريه لتطوير التعبئة و التغليف.
- الجمعيه المركزيه المصريه لحماية المستهلك.
- الجمعيه الاعلاميه لحماية المستهلك.
- الهيئه العامه للرقابه على الصادرات و الواردات.
- شركة طارق نور للاتصالات.
- كلية الهندسه - جامعة عين شمس.
- مصلحه الرقابه الصناعيه.
- وزارة التموين و التجاره الداخليه.
- وكالة الاهرام للإعلان.
- اتحاد الاذاعة و التلفزيون.
- الهيئه المصريه العامه للمواصفات و الجودة.



«الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة»

- ١- أنشئت الهيئة المصرية العامة للتوحيد القياسى عام ١٩٥٧ بالقرار الجمهورى رقم ٢٩ لسنة ١٩٥٧ الذى نص على اعتبارها المرجع القومى المعتمد للشئون التوحيد القياسى ونص القانون رقم ٢ لسنة ١٩٥٧ على أن المواصفة لا تعتبر قياسية إلا بعد اعتمادها من الهيئة.
- ٢- فى عام ١٩٧٩ صدر القرار الجمهورى رقم ٣٩٢ لسنة ١٩٧٩ الذى قرر ضم مركز ضبط الجودة إلى الهيئة، وإعادة تسميتها بالهيئة المصرية العامة للتوحيد القياسى وجودة الإنتاج، وفقاً لهذا القرار فإن الهيئة تختص بالآتى :
 - إعداد وإصدار المواصفات القياسية للخامات والمنتجات والخامات والأجهزة ونظم الإدارة والتوثيق والمعلومات ومتطلبات الأمن والسلامة وفترات العلاجية وأجهزة القياس.
 - التفتيش الفنى والاختبار والرقابة وسحب العينات وإصدار شهادات المطابقة للمواصفات المعتمدة وشهادات المعايرة لأجهزة القياس.
 - الترخيص بمنح علامة الجودة للمنتجات الصناعية وعلامات وشهادات الجودة والمطابقة للمنتجات للمواصفات القياسية.
 - تقديم المشورة الفنية وخدمات التدريب فى مجالات المواصفات والجودة القياس والمعايرة والاختبار والمعلومات لجميع الأطراف المعنية.
 - تمثيل مصر فى أنشطة المنظمات الدولية والإقليمية العامة فى مجالات المواصفات والجودة والاختبار والمعايرة.
- تقوم الهيئة بتنفيذ متطلبات واشترطات اتفاقية العوائق الفنية على التجارة لمنظمة التجارة العالمية حيث أن الهيئة هى نقطة الاستعلام المصرية للإمداد بالمعلومات والوثائق فى مجال المواصفات وتقييم المطابقة.
- ٣- يدير الهيئة مجلس إدارة برئاسة وكيل أول الوزارة رئيس الهيئة، ويضم المجلس فى عضوية ممثلين عن مختلف الجهات المعنية للتوحيد القياسى وجودة الإنتاج والاختبار والمعايرة فى مصر بالإضافة إلى عدد من الأكاديميين والعلميين والخبراء والقانونيين ورجال الإعلام.
- ٤- يتم إعداد المواصفات القياسية من خلال لجان فنية يربو عددها على مائة لجنة يشارك فيها خبراء طبقاً للمعايير الدولية ومتخصصون من جميع الجهات المعنية ويقوم بالأمانة الفنية لها أعضاء من العاملين بالهيئة.
- ٥- يتم توزيع مشاريع المواصفات على قاعدة عريضة من الجهات المعنية والبلاد العربية لإبداء الملاحظات خلال فترة ستين يوماً كما تعرض هذه المشاريع على لجنة الصياغة ولجان عامة للمراجعة قبل العرض على مجلس الإدارة.
- ٦- تتبع الهيئة نظام الترخيص للمصانع باستخدام علامات الجودة على السلع والمنتجات المطابقة للمواصفات المصرية وذلك حماية المستهلكين وخدمة للصانعين لرفع جودة منتجاتهم. ويوجد بالهيئة مجموعة كبيرة من المعامل الحديثة لاختبار المنتجات الكيماوية ومواد البناء والتشييد والمنتجات الهندسية والغذائية ومنتجات الغزل والنسيج بالإضافة إلى معامل للقياس والمعايرة الميكانيكية والكهربائية والفيزيائية.
- ٧- يتوفر بالهيئة وحدة لحماية المستهلك لتتلقى شكاوهم وتعمل على حلها وقد لاقت أعمال الوحدة نجاحاً كبيراً.
- ٨- يتوفر بالهيئة المكتبة الوحيدة فى مصر المتخصصة فى المواصفات القياسية تحتوى على أكثر من ١٣٠ ألف مواصفة دولية وأجنبية وإقليمية وعربية ومصرية.



ES: 4841/ 2005

**ADVERTISING REQUIRMENTS OF
(PRODUCTS AND SERVICES)**

ICS : 01.120

**Arab Republic of Egypt
Egyptian Organization for Standardization and Quality**