

بسمه تعالی

وزارت صنعت، معدن و تجارت

اتاق اصناف ایران

شیوه نامه برگزاری فروش های فوق العاده و نمایشگاه های عرضه مستقیم

کالا و خدمات و نمایشگاه های تخصصی صنفی

«شیوه‌نامه برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا و خدمات»

مقدمه:

دراستای تصمیم‌گیری و مدیریت مسائل صنفی و مشارکت در سیاست‌گذاری مطابق ماده ۴۱ قانون نظام صنفی و همچنین برنامه ریزی و هماهنگی در زمینه فروش‌های فوق‌العاده و نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا و خدمات و نمایشگاه‌های تخصصی، برای برهه‌های زمانی که تقاضا برای برخی کالاها افزایش یافته و یا بازار با عدم تعادل مواجه است به منظور تأمین آرامش و ثبات نسبی بازار و ایجاد بستر امن برای عموم مردم و همچنین جلوگیری از التهاب و افزایش کاذب قیمت‌ها و پیشگیری از نگرانی‌های احتمالی مردم در خصوص تهیه و تأمین مایحتاج عمومی، این شیوه‌نامه که توسط اتاق اصناف ایران با نظارت معاونت تجارت و خدمات وزارت صنعت، معدن و تجارت تهیه و به منظور تنظیم بازار در مواقع ضروری تدوین شده است، به اجرا در می‌آید.

شایان ذکر است، این شیوه‌نامه شامل اهداف، زمانبندی، گروه‌های کالایی مورد توجه اولویت‌روشن‌های تنظیم بازار، کارگروه راهبری نمایشگاه‌ها در سطوح استانی و شهرستانی وظایف آن‌ها، مراجع صدور مجوزها، منابع مالی شرایط و الزامات مکان‌های نمایشگاهی، الزامات رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، شرایط و الزامات مجریان و نحوه نظارت و پایش می‌باشد.

ماده ۱- اهداف کلیدی:

۱-۱- ایجاد شفافیت در فرآیند توزیع و روان‌سازی نظام‌های توزیع و تعدیل قیمت کالاها به منظور افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان و تسهیل در انتخاب بهترین گزینه برای آن‌ها.

۱-۲- تعیین ساز و کارهای مناسب برای سیاست‌گذاری، ساماندهی و نظارت بر عملکرد و برگزاری نمایشگاه‌ها در داخل و خارج کشور.

۱-۳- افزایش اثر بخشی و کارایی نمایشگاه‌ها به عنوان ابزار رونق تولید و توسعه صادرات.

۱-۴- پاسخ بهنگام به تقاضای بازار، جلوگیری از هرگونه افزایش قیمت در زمان‌های پر تقاضا، پیشگیری از انتظارات تورمی.

۱-۵- برنامه‌ریزی منظم و دقیق برای پاسخگویی به نیازها و تقاضاهای بازار به منظور جلوگیری از نوسانات ناخواسته در قیمت‌ها و حفظ استحکام بازار.

۱-۶- استراتژی حذف واسطه‌های غیر ضروری، کاهش هزینه‌های نهایی و ایجاد یک محیط رقابتی عادلانه برای بهبود شرایط مصرف‌کنندگان، شرایط و الزامات.

۷-۱- حمایت از فروش مستقیم کالاها به مصرف کنندگان به منظور کاهش واسطه‌ها و ایجاد فضای رقابتی سالم در بازار،
(عرضه مستقیم کالا به مردم با کیفیت مناسب و تخفیف ویژه)

۸-۱- گستردگی عرضه کالاها و سهولت در دستیابی انتخاب متنوع کالا

۹-۱- ایجاد آرامش در بازار و جلوگیری از کاهش قدرت خرید مصرف کنندگان

۱۰-۱- حفظ توان خرید مصرف کنندگان از نمایشگاه‌ها و ارتقای پایداری بازار با استفاده از سیاست‌ها و برنامه‌های مناسب.

۱۱-۱- اثر بار روانی مثبت از لحاظ قیمت و کیفیت

۱۲-۱- جلوگیری از انتظار تورمی (ترویج رفتار منع احتکار خانگی)

۱۳-۱- ترویج و حمایت از تولیدات داخلی و کالای ایرانی به منظور تقویت صنایع محلی و ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی
و منع هر گونه عرضه کالای خارجی.

۱۴-۱- حمایت از واحدهای صنفی مجاز دارای پروانه کسب

-ارائه حمایت و امکانات لازم برای واحدهای صنفی مجاز به منظور تسهیل در فعالیت های تجاری و ارتقای کسب و
کارهای محلی

ماده ۲- تعاریف

۱-۲- دسته بندی نمایشگاه‌ها:

۱-۲-۱- نمایشگاه‌های تخصصی: به منظور عرضه‌ی کالا و خدمات از سوی عمده فروش یا تولید کننده به فعالان
اقتصادی و برای نمایش کالا به مصرف کنندگان با موضوع و تکنولوژی خاص برگزار می شود. در این نمایشگاه
هر گونه فروش مستقیم و جزئی کالا و خدمات به مصرف کننده نهایی صورت نخواهد پذیرفت.

تبصره ۱: هر گونه قرارداد فروش و عرضه کالا و خدمات به مصرف کننده نهایی در نمایشگاه‌ها صرفاً در چارچوب مقررات
جاریه ممکن خواهد بود و عرضه مستقیم کالا و خدمات در این نمایشگاه‌ها به مصرف کننده ممنوع می باشد.

۲-۱-۲- نمایشگاه عرضه مستقیم کالا و خدمات: نمایشگاهی که با هدف تنظیم بازار و عرضه و فروش مایحتاج
عمومی در برخی فصول سال در سطح کشور برگزار می شود.

۳-۱-۲- **نمایشگاه فروش فوق العاده:** روشی از فروش است که فروشنده به منظور افزایش میزان فروش، یا کاهش سود خود و یا فروش مدت دار و با تمرکز بر روی موقعیت های زمانی و مکانی، مناسبت ها، جنسیت مشتری و مانند این ها برای مشتری ارزش و انگیزه خرید ایجاد می نماید.

۴-۱-۲- نمایشگاه توانمندی های استانی: نمایشگاهی که جهت عرضه و معرفی توانمندیهای تولیدی و خدماتی در یک یا چند گروه کالایی و خدماتی در سطح استان برگزار می شود.

۵-۱-۲- نمایشگاه تخصصی استانی: نمایشگاهی که در یک حوزه و یا گروه کالای و یا خدماتی خاص (همگن) با حضور مشارکت کنندگان داخلی یک استان برگزار می شود.

۲-۲- **مجریان نمایشگاهی:** اشخاص حقیقی و حقوقی که مطابق ضوابط و معیارهای "کارگروه برنامه ریزی و نظارت بر نمایشگاه های تجاری" دارای استانداردهای لازم برای برگزاری نمایشگاهها، در داخل کشور بوده و در اساسنامه آنها فعالیت مذکور درازای پروانه کسب معتبر باشد.

تبصره: مجوز برگزاری نمایشگاهها مستقیماً به نام مجریان واجد شرایط صادر می شود و چنانچه متقاضی برگزاری رویدادها یکی از وزارتخانه ها، اتحادیه ها و فعالان مربوطه باشد موضوع سیاست گذاری رویداد مذکور به نهادهای فوق الذکر و در قالب شورای سیاستگذاری واگذار و اجرای آن به مجری واجد شرایط محول می گردد.

ماده ۳- زمان برگزاری:

- به مناسبت فرا رسیدن ماه مبارک رمضان و آغاز سال جدید، بازگشایی مدارس و دیگر مناسبات ملی، مذهبی، نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا و خدمات و نمایشگاههای تخصصی و فروش فوق العاده در فصول سال برگزار می گردد.

ماده ۴- گروه های کالایی هدف

۴-۱- گروه پروتئینی: شامل گوشت قرمز، گوشت مرغ، گوشت ماهی، انواع سوسیس، کالباس و دیگر محصولات مرتبط.

۴-۲- گروه مواد غذایی: شامل برنج، ماکارونی، حبوبات، روغن و دیگر مواد غذایی اساسی.

۴-۳- گروه خشکبار: شامل آجیل، شیرینی و شکلات.

۴-۴- شیر و فرآورده های لبنی.

۴-۵- گروه مواد شوینده و بهداشتی.

۴-۶- گروه میوه و مرکبات.

۴-۷- گروه پوشاک، کیف و کفش.

۴-۸- گروه نوشت افزار و لوازم کمک آموزشی.

۴-۹- گروه کالایی لوازم خانگی

۴-۱۰- سایر گروه های کالایی حسب مورد نیاز و ضرورت تقاضا در شهرستان مربوطه (این گروه شامل محصولات دیگری است)

ماده ۵- اولویت روش های تنظیم بازار به ترتیب:

۵-۱- برگزاری نمایشگاه عرضه مستقیم کالا و خدمات و نمایشگاه های تخصصی، پس از ثبت درسامانه جامع اطلاعات نمایشگاه های اتاق شهرستان ها و تأیید اتاق اصناف ایران، انجام می شود.

۵-۲- برگزاری فروش های فوق العاده توسط واحدهای صنفی دارای پروانه کسب در گروه های کالایی هدف، _ بارعایت ماده ۷۰ قانون نظام صنفی و آیین نامه اجرایی آن خواهد بود.

۵-۳- برگزاری فروش های فوق العاده توسط فروشگاه های زنجیره ای دارای پروانه کسب یا شعب آن دارای کارت شناسایی معتبر و شرکت های تعاونی مصرف. (برای آن دسته از شرکت های تعاونی که علاوه بر اعضای خود مبادرت به ارائه کالا و خدمات به عموم نیز می نمایند و دارای پروانه کسب از اتحادیه صنف ذی ربط می باشند).

تبصره ۱: اعلام زمان فروش فوق العاده، میزان تخفیف (شامل حداقل و حداکثر) و سایر خدمات همراه با درج کد شناسه صنفی و شماره پیامکی باید بر روی بنرهای متحد الشکل و دارای رنگ و ابعاد مناسب واحد در محل فروش های فوق العاده نصب گردد.

تبصره ۲: اتحادیه های صنفی ذی ربط موظفند امکان ثبت مشخصات واحدهای صنفی تحت پوشش شرکت کننده در فروش های فوق العاده را در سامانه جامع نمایشگاه های اتاق اصناف ایران که در آینده استقرار می یابد، فراهم نمایند و واحدهای صنفی ذی ربط نیز موظفند اطلاعات مربوط به نام واحد صنفی، شناسه صنفی، بازه زمانی فروش فوق العاده، میزان تخفیفات (حداقل و حداکثر)، نوع محصولات و سایر اطلاعات مفید را برای اطلاع عموم به نمایش قرار دهند.

تبصره ۳: فروشگاه های زنجیره ای و شرکت های تعاونی مصرف واجد شرایط با توجه به ماهیت کار خود از جمله حذف واسطه های غیر ضروری، خرید انبوه و در نتیجه کاهش قیمت تمام شده، می توانند کالاهای خود را منوط به رعایت حقوق مصرف کننده در طول سال همواره با تخفیف عرضه نمایند و نیازی به مجوز جداگانه برای هر مورد ندارند.

نمایشگاه های تخصصی صنفی

ماده ۶- کار گروه راهبری نمایشگاه های تخصصی صنفی:

- رئیس اتاق اصناف مرکز استان و شهرستان (رئیس کارگروه)
- نماینده استانداری مرکز استان (ترجیحاً معاون اقتصادی استانداری) و فرمانداری شهرستان (عضو کارگروه)
- نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت مرکز استان و شهرستان (عضو کارگروه)
- نماینده اداره نظارت بر اماکن عمومی ناجا (عضو کارگروه)
- نماینده اداره کل تعزیرات حکومتی (عضو کارگروه)
- نماینده سازمان جهاد کشاورزی (عضو کارگروه)
- مسئول امور نمایشگاهی اتاق اصناف مرکز استان و شهرستان (دبیر کارگروه)
- نماینده، شرکت پشتیبانی امور دام، نماینده شهرداری، نماینده آتش نشانی، نماینده شبکه بهداشت، سازمان ملی استاندارد و دیگر دستگاههای مرتبط حسب موضوع مورد نیاز دعوت به عمل آید.
- نماینده اتحادیه های صنفی ذی ربط (عضو کارگروه)

۱-۶- وظایف کار گروه راهبری نمایشگاه های تخصصی صنفی:

- ۱-۱-۶- برگزاری نمایشگاه های تخصصی حسب مورد با پیشنهاد اتحادیه مرتبط و پس از تایید اتاق اصناف شهرستان و ثبت در سامانه نمایشگاه های اتاق اصناف ایران، قابل اجرا می باشد.
- ۲-۱-۶- برنامه ریزی جهت صدور مجوزهای نمایشگاه های تخصصی صنفی و نظارت بر تهیه برنامه زمان بندی اجرای آن مطابق چارچوب های مربوطه انجام میشود.
- ۳-۱-۶- کلیه نمایشگاه های داخلی موضوع این دستورالعمل (به استثناء نمایشگاه های فرش و صنایع دستی) نمایشگاه های تجاری می باشند که صرفاً جهت نمایش کالا و خدمات تولیدی کشور و بدون حق فروش مستقیم در داخل کشور برگزار می گردند.
- ۴-۱-۶- نظارت بر نحوه فراخوان مجری جهت اطلاع و متقاضیان مشارکت در نمایشگاه
- ۵-۱-۶- ارائه گزارشات نوبه ای از روند فرایند اجرایی نمایشگاه از طریق اتاق اصناف شهرستان جهت انعکاس به اتاق اصناف ایران.

نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا و خدمات

ماده ۷- کار گروه راهبری نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا و خدمات، ترکیب اعضا و چگونگی

تصمیم گیری:

در صورت تصویب برگزاری نمایشگاه توسط (اتاق اصناف ایران و معاونت خدمات و تجارت وزارت صمت) کارگروه راهبری نمایشگاه با هدف برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی و نظارت بر صدور مجوزها و برگزاری نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا و خدمات در سطح استان‌ها و شهرستان‌ها با ترکیب زیر تشکیل می‌گردد:

۱-۷- ترکیب کارگروه راهبری استان:

- رئیس اتاق اصناف مرکز استان (رئیس کارگروه)
- نماینده استانداری مرکز استان (ترجیحاً معاون اقتصادی استانداری) (عضو کارگروه)
- نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت مرکز استان (ترجیحاً معاون امور بازرگانی و تجارت) (عضو کارگروه)
- نماینده اداره نظارت بر اماکن عمومی ناجا (عضو کارگروه)
- نماینده اداره کل تعزیرات حکومتی (عضو کارگروه)
- نماینده سازمان جهاد کشاورزی (عضو کارگروه)
- مسئول امور نمایشگاهی اتاق اصناف مرکز استان (دبیر کارگروه)
- نماینده، شرکت پشتیبانی امور دام، نماینده شهرداری، نماینده آتش نشانی، نماینده شبکه بهداشت، سازمان ملی استاندارد و دیگر دستگاه‌های مرتبط حسب موضوع مورد نیاز دعوت به عمل آید.
- نماینده اتحادیه‌های صنفی ذی ربط (عضو کارگروه)

۲-۷- ترکیب کارگروه راهبری شهرستان:

- رئیس اتاق اصناف شهرستان (رئیس کارگروه)
- نماینده فرمانداری شهرستان (عضو کارگروه)
- نماینده اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان (عضو کارگروه)
- نماینده اداره نظارت بر اماکن عمومی ناجا (عضو کارگروه)
- نماینده اداره کل تعزیرات حکومتی (عضو کارگروه)
- نماینده سازمان جهاد کشاورزی (عضو کارگروه)
- مسئول امور نمایشگاهی اتاق اصناف شهرستان (دبیر کارگروه)
- نماینده، شرکت پشتیبانی امور دام، نماینده شهرداری، نماینده آتش نشانی، نماینده شبکه بهداشت، سازمان ملی استاندارد و دیگر دستگاه‌های مرتبط حسب موضوع مورد نیاز دعوت به عمل آید.
- نماینده اتحادیه‌های صنفی ذی ربط (عضو کارگروه)

تصویر ۱: جلسات کارگروه راهبری (استان و شهرستان) با حضور حداقل نصف به علاوه یک نفر از اعضاء رسمیت یافته و مصوبات آن با اکثریت آراء حاضرین تصویب و قابل اجراء خواهد بود.

تصویر ۲: در صورت تساوی آراء موافق و مخالف بر روی یک موضوع، رأی گروهی که رییس کارگروه با آن موافقت دارد ملاک تصمیم‌گیری است.

۷-۳-وظایف کارگروه راهبری نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا و خدمات

- ۷-۳-۱- نظارت بر صحت و اعتبار پروانه کسب صنفی
- ۷-۳-۲- تصمیم‌گیری در مورد زمان برگزاری نمایشگاه‌های کالاهای اساسی و نمایشگاه‌های ویژه عرضه مستقیم کالا و خدمات بر اساس شرایط استان و یا شهرستان مربوطه می باشد.
- ۷-۳-۳- تعیین ویژگی‌ها و شرایط غرفه‌داران (صرفاً از بین تولیدکنندگان کالاها و خدمات داخلی صنفی و صنعتی) دارای مجوز معتبر و یا نما نام (برند)های داخلی معتبر و یا عاملان و یا نمایندگی‌های معتبر واحدهای تولیدی و یا واحدهای صنفی دارای پروانه کسب معتبر.
- ۷-۳-۴- تعیین سازوکار نظارت دقیق و مستمر بر کیفیت، مرغوبیت، نحوه قیمت‌گذاری و قیمت کالاها و خدمات ارائه شده.
- ۷-۳-۵- نظارت بر عملکرد مجریان نمایشگاه و چگونگی اجرای بهینه برگزاری نمایشگاه‌ها.
- ۷-۳-۶- هر یک از اتاق‌های اصناف شهرستان‌ها در اجرای بهینه برگزاری نمایشگاه‌ها ضروری است، گزارش عملکرد نهایی به همراه گزارش مالی و سود حاصله از برگزاری نمایشگاه‌ها را به طور مبسوط به اتاق اصناف ایران اعلام نمایند.

ماده ۸-وظایف رئیس کارگروه راهبری نمایشگاه عرضه مستقیم کالا و خدمات:

- امور نمایشگاهی اتاق اصناف شهرستان به عنوان رئیس کارگروه راهبری نمایشگاه‌ها، وظایف زیر را به شرح زیر عهده دار است :
- ۱- امور نمایشگاهی اتاق اصناف شهرستان برای اجرای وظایفی که به عهده دارد، می تواند از کارشناسان و امکانات اتاق اصناف تحت مدیریت خود با رعایت مقررات استفاده نماید.
 - ۲- اطلاع رسانی عمومی درخصوص برگزاری نمایشگاه و پذیرش طرح پیشنهادی مجریان واجد شرایط.
 - ۳- تکمیل پرونده و بررسی اولیه طرح‌های پیشنهادی واصله درخصوص تکمیل پرونده به منظور طرح در جلسه کارگروه راهبری و حتی الامکان انجام راهنمایی‌های لازم برای اصلاح و رفع نواقص طرح‌ها.
 - ۴- اتخاذ تدابیر لازم برای شفاف سازی و پیشگیری از هرگونه مشکلات اجرایی، ایجاد رانت و سوء استفاده‌های احتمالی
 - ۵- نظارت بر عملکرد و بررسی تخلفات احتمالی شرکت‌های مجری نمایشگاه‌ها و در صورت لزوم ارجاع به مراجع ذی صلاح قانونی و همچنین رسته‌های صنفی مستقر در نمایشگاه.
 - ۶- دعوت و تشکیل جلسات کارگروه راهبری، ابلاغ و پیگیری مصوبات آن.
 - ۷- نظارت بر کلیه مراحل اجرایی به ویژه امور مالی و ارائه عملکرد مالی به هیأت رئیسه اتاق اصناف شهرستان‌ها.
 - ۸- بررسی شرایط، قابلیت‌ها و توانمندی‌های محری نمایشگاه با تأکید بر تأمین تضامین حسن انجام تعهدات.
 - ۹- رئیس اتاق اصناف شهرستان موظف به تهیه گزارش‌های مالی مورد نیاز به کارگروه راهبری می باشد.

ماده ۹-وظایف مجری نمایشگاه عرضه مستقیم کالا و خدمات

- ۹-۱- مجری نمایشگاه باید دارای پروانه معتبر صنفی باشد.
- ۹-۲- مجری باید در چارچوب ضوابط و مقررات تعیین شده در این شیوه نامه و ضوابط تعیین شده از سوی کارگروه تنظیم بازار و کارگروه راهبری و با رعایت سایر قوانین و مقررات جاری کشور با اتاق اصناف شهرستان مربوطه قرارداد حقوقی منعقد کند و متعهد به اجرای قرارداد است.
- ۹-۳- مجری باید سازوکارهای لازم برای مستندسازی و ارائه گزارش عملکرد نمایشگاه‌ها در بخش‌های مختلف، و ثبت آنها در سامانه جامع اطلاعات نمایشگاه‌های اتاق اصناف ایران، به منظور عرضه مستقیم کالا و خدمات به واحدهای صنفی ذی ربط و مردم را ارائه و اجرا و در خاتمه می بایست از اتاق اصناف شهرستان تأییدیه عملکرد اجرای مطلوب نمایشگاه را داشته باشد.
- ۹-۴- هر گونه خرید و فروش یا غرف واگذار شده در قبال وجه یا هر نوع مابه ازای مادی و یا امتیازات دیگر به اشخاص ثالث ممنوع و مجری مسئولیت جلوگیری و برخورد با این نوع تخلفات را به عهده دارد مجری موظف است اقدامات مناسب به منظور جلب مشارکت و حضور واحد های صنفی و یا صنعتی تولید داخل را در نمایشگاه فراهم سازد..
- ۹-۵- مجری متعهد و موظف است طرح پیشنهادی خود شامل: مقدمه، ضرورت، اهداف، برنامه ها، ساختار سازمانی و شرح وظایف نیروهای اجرایی حرفه ای و آموزش دیده (با مستندات مربوطه) مکان های برگزاری، معرفی امکانات و چگونگی تأمین خدمات جانبی، نحوه ارزیابی عملکرد غرفه داران، نحوه سنجش رضایت غرفه داران و مشتریان، نحوه رسیدگی به شکایات مشتریان، نحوه قیمت گذاری نمونه کالاها و غرفه ها... را تهیه و به دبیر کارگروه راهبری اتاق اصناف شهرستان ارائه نماید و پس از تصویب در کارگروه نسبت به اجرای دقیق طرح مذکور اقدام کند.
- ۹-۶- مجری نمایشگاه و عوامل حراست موظف به همکاری با بازرسین اعزامی بوده و نباید در انجام وظایف آنان ممانعت نمایند.
- ۹-۷- مجری موظف است مفاد این شیوه نامه و سایر قوانین و مقررات ذی ربط را رعایت نماید و به منظور حسن انجام تعهدات خود ضمانت نامه لازم و کافی (ضمانت نامه بانکی، اوراق بهادار، وثیقه ملکی، سفته و چک معتبر به ترتیب الویت و با تشخیص اتاق اصناف شهرستان مربوطه) تأمین و در قبال اخذ رسید در اختیار آن اتاق قرار دهد تا در صورت عدم رعایت تعهدات خود، خسارت های وارده به اشخاص ثالث (حقیقی و حقوقی) از محل ضمانت نامه مذکور با رعایت قوانین و مقررات و بدون هر گونه قید و شرط جبران گردد.
- تبصره:** میزان ضمانت حسن انجام تعهدات با توجه به مکان نمایشگاه، وجوه دریافتی از غرفه داران، تعهدات مجری در قبال مصرف کنندگان توسط اتاق اصناف شهرستان، تعیین می گردد.

ماده ۱۰- محل دبیر خانه نمایشگاه ها:

- محل دبیر خانه نمایشگاه ها در اتاق اصناف شهرستان مربوطه می باشد.

ماده ۱۱- فرآیند و مرجع صدور مجوز برگزاری نمایشگاه ها:

- صدور مجوز نمایشگاه ها پس از ثبت و بارگزاری در سامانه جامع اطلاعات نمایشگاه های اتاق اصناف ایران (حسب مورد مربوط) توسط اتاق اصناف شهرستان امکان پذیر است.
- مرجع صدور مجوز نمایشگاه مورد نظر به عهده رئیس اتاق اصناف شهرستان است که پس از اطمینان از حصول رعایت مفاد این شیوه نامه نسبت به صدور آن اقدام می نمایند.

ماده ۱۲ - شرایط و الزامات مکان‌های برگزاری نمایشگاهی:

۱. رعایت نکات ایمنی و امنیتی از جمله: کپسول اطفای حریق، کپسول آتش نشانی، جانمایی وسایل جرقه زا مانند اتصالات برقی و حرارتی دارای کالاهای و وسایل اشتعال زا، حضور اکیپ آتش نشانی، اکیپ فوریت‌های پزشکی و پلیسی ایجاد قرارداد بیمه "آتش سوزی، سیل، زلزله و سایر حوادث غیر مترقبه" و بیمه مسئولیت مدنی در مقابل شرکت کنندگان، کارکنان و بازدید کنندگان.
۲. انتخاب فضای کافی و مناسب شامل: متراژ غرفه، راهروها، امکانات بهداشتی، پارکینگ (به ازای هر متر مربع ۲ عدد پارکینگ) نمازخانه، مکان استراحت و انتظار.
۳. استحکام و ایمنی بنا و سازه نمایشگاه.
۴. امنیت رفت و آمد و مسائل ترافیکی (داشتن پارکینگ مناسب، ارائه پارکینگ رایگان یا با هزینه حداقلی).
۵. ایجاد تأسیسات و امکانات رفاهی در مکان نمایشگاه (روشنایی مناسب، (اعم از نور و فضای کافی برای غرفه‌ها و راهروها) سرویس‌های بهداشتی مناسب با تأمین امکانات لازم، پریز برق در ازای هر ۱۲ متر مربع ۲ عدد لامپ، سیستم تهویه مناسب، سیستم گرمایشی و سرمایشی مناسب)
۶. هماهنگی با دستگاه‌های امنیتی و انتظامی، شهرداری‌ها، سازمان‌های آتش‌نشانی و بیمه‌ها. نیروی پشتیبانی و پشتیبانی فنی (به ازای حداقل هر ۱۰۰ متر یک نیرو).
۷. استقرار اکیپ امدادی: شامل آتش‌نشانی، فوریت‌های پزشکی و فوریت‌های پلیسی.
۸. برنامه‌ریزی مناسب فضا و چیدمان غرفه‌ها: جلوگیری از تراکم جمعیتی و خلل در رفت و آمد مراجعان.
۹. ارائه امکانات دریافت و پرداخت الکترونیکی: شامل دستگاه‌های ATM بانکی (با فاصله حداکثر ۱۰۰ متر) و دستگاه‌های کارت‌خوان و امکان استفاده از اینترنت رایگان.
۱۰. تعیین محل استقرار واحدهای ویژه دریافت شکایات.
۱۱. نظافت و پاکیزگی محیط نمایشگاه و رعایت بهداشت عمومی.
۱۲. اطلاع‌رسانی مناسب و آموزش به بازرسان: در خصوص محل نمایشگاه و راه‌های دسترسی و تهیه کتابچه یا جزوه راهنمای داخل غرفه‌های نمایشگاهی، زمان بندی شروع و پایان نمایشگاه، ساعت کار و دسته بندی کالاهای عرضه شده، راه‌های تماس شکایات در ورودی سالن، آموزش لازم به بازرسان در ارتباط با وظایف شاخص آنها در نمایشگاه.

ماده ۱۳ - الزامات رعایت حقوق مصرف‌کنندگان:

- ۱-۱۳ - کلیه محصولات ارائه شده در نمایشگاه باید از کیفیت مناسب برخوردار بوده و در صورت نیاز می‌بایست گواهی‌های لازم از مراجع ذی ربط از جمله اداره نظارت بر غذا و دارو (سیب سلامت) و سازمان ملی استاندارد ایران را داشته باشند.
- ۲-۱۳ - قیمت محصولات عرضه شده باید رقابتی و حتی الامکان ۱۵ درصد پایین تر از قیمت متعارف و یا قیمت‌های مصوب و یا ضوابط نرخ گذاری باشد.
- تبصره ۱: برای قیمت‌گذاری کارگروهی مرکب از دو کارشناس صاحب نظریک نفر به انتخاب اتحادیه مربوطه و یک نماینده مدیر بازرسی و نظارت از اتاق اصناف شهرستان تشکیل و نسبت به تعیین قیمت هریک از کالاهای ارائه شده در نمایشگاه اقدام و نمونه آن رابه روش مناسب و قابل رویت پلمب و در قبال اخذ رسید، تحویل صاحب یا نماینده غرفه مربوطه می‌گردد.

دهد. صاحب یا نماینده موظف است تا پایان نمایشگاه از نمونه های پلمب شده مراقبت و آن ها را در محل رویت مشتریان و بازرسان نصب نماید.

۳-۱۳- وجوه دریافتی از محل اجاره غرفه ها و تبلیغات محیطی در نمایشگاه به حساب اتاق اصناف مربوطه واریز تا صرف هزینه های برگزاری نمایشگاه برابر مفاد شیوه نامه و سایر ضوابط و مقررات گردد.

۴-۱۳- در هنگام صدور مجوزها ذکر عبارت "اعتبار این مجوز منوط به عقد قرارداد حقوقی با اتاق اصناف شهرستان مربوطه و سپردن ضمانت نامه حسن انجام تعهدات به اتاق اصناف و درچارچوب ضوابط و مقررات کارگروه تنظیم بازار و کارگروه راهبری می باشد و تحت هیچ شرایطی قابل واگذاری و انتقال به سایر اشخاص اعم از حقیقی و یا حقوقی و همچنین انتقال به مکان دیگری نیست" الزامی است.

۵-۱۳- اتاق اصناف شهرستان و مجری نمایشگاه موظفند تریبی اتخاذ نمایند تا کارشناسان نظارت بر کنترل کیفیت و قیمت، اعم از کارشناسان بهداشت (با هماهنگی دانشگاه علوم پزشکی)، سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف به منظور پیشگیری و برخورد با تخلفات صنفی و بهداشتی در نمایشگاه حضور فعال و ثابت داشته باشند.

۶-۱۳- رئیس اتاق اصناف شهرستان موظف به نظارت به اتخاذ تدابیر لازم برای شفاف سازی و پیشگیری از هر گونه مشکلات اجرایی، ایجاد رانت و سوء استفاده های احتمالی و همچنین خودداری از پیشنهاد طرح های ناقص و مجریان ناتوان هم در اجرا و هم در تأمین تضامین لازم می باشد.

۷-۱۳- رئیس اتاق اصناف شهرستان موظف به نظارت بر عملکرد و بررسی تخلفات احتمالی شرکت های مجری نمایشگاه ها و در صورت لزوم ارجاع به مراجع ذی صلاح قانونی می باشد. (تخلفات باید در حوزه نظام صنفی رسیدگی شود).
تبصره ۲- رئیس اتاق اصناف شهرستان مربوطه در صورت قصور یا تقصیر در اخذ ضمانت نامه حسن اجرای انجام تعهدات یا ناکافی بودن آن به اتفاق مجری در قبال خسارات وارده به اشخاص ثالث (اعم از دولتی و غیر دولتی) مسئولیت حقوقی دارند.

ماده ۱۴- کارگروه راهبری نظارت و ارزیابی

۱-۱۴- واحد های بازرسی و نظارت اتاق های اصناف و اتحادیه ها در راستای حمایت از مصرف کنندگان موظفند نظارت بر قیمت و کیفیت مناسب کالاهای مورد عرضه و همچنین رسیدگی فوری (کمتر از سه ساعت) به شکایات مردمی را تا پایان طرح بر عهده داشته باشند.

۲-۱۴- بازرسان صنفی اتاق اصناف و اتحادیه صنفی ذی ربط و سازمان های صنعت، معدن و تجارت استان و شهرستان ها موظفند در بازرسی های خود به موضوع قیمت و نحوه قیمت گذاری، در دوره های برگزاری فروش فوق العاده و نمایشگاه های عرضه مستقیم به طور ویژه توجه نموده و در صورت هر گونه قصور و یا تقصیر با متخلف برابر قوانین و مقررات رفتار نمایند.

۳-۱۴- هر گونه خرید و فروش یا غرف واگذار شده در قبال وجه یا هر نوع ما به ازای مادی و با امتیازات دیگر به اشخاص ثالث ممنوع و مجری مسئولیت جلوگیری و برخورد با این تخلفات را به عهده دارد همچنین مجری موظف است اقدامات مناسب به منظور جلب مشارکت و حضور واحد های صنفی و یا صنعتی تولید داخل را در نمایشگاه فراهم سازد.

۴-۱۴- دریافت هر گونه وجهی مازاد بر اجاره غرفه ها و تبلیغات محیطی در نمایشگاه از سوی اتاق اصناف، مجریان، اتحادیه ها و ممنوع بوده و با متخلفان وفق مقررات برخورد خواهد شد.

ماده ۱۵- از تاریخ ابلاغ این شیوه نامه، برگزاری هرگونه نمایشگاه عرضه مستقیم کالا بدون اخذ مجوزهای لازم از سوی مراجع تعیین شده در این شیوه نامه ممنوع و با متخلفان برابرقوانین ومقررات رفتار خواهد شد.

ماده ۱۶- این شیوه نامه حاوی ۱۶ ماده و ۹ تبصره تنظیم و از تاریخ ابلاغ از سوی وزیر صنعت، معدن و تجارت لازم الاجرا است.