ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

DỰ ÁN
Quy hoạch hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030

(Ban hành kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND
ngày tháng năm 2016 của Ủy ban nhân dân Thành phố)

PHẦN I
PHẦN MỞ ĐẦU

Thành phố Hồ Chí Minh là đô thị đặc biệt, một trung tâm lớn về kinh tế, văn hoá, giáo dục đào tạo, khoa học công nghệ, đầu mối giao lưu và hội nhập quốc tế, là đầu tàu, động lực, có sức thu hút và sức lan tỏa lớn của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, có vị trí chính trị quan trọng của cả nước.

Quảng cáo là hoạt động kinh tế quan trọng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, có tác động kích thích tiêu dùng, làm cầu nối giữa sản xuất và tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ trong nền kinh tế. Khai thác tiến bộ khoa học công nghệ, nhất là công nghệ thông tin – truyền thông, hoạt động quảng cáo phát triển vượt bậc, không chỉ giúp doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm hàng hóa, dịch vụ do mình sản xuất ra đến người tiêu dùng, mà còn góp phần phát triển các nhu cầu của xã hội, mở ra những nhu cầu mới, thúc đẩy sự cạnh tranh và cải tiến kỹ thuật, công nghệ trong sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Ngành quảng cáo còn tạo việc làm cho hàng trăm ngàn lao động.

Hiện nay, Thành phố có trên 2.500 doanh nghiệp có chức năng hoạt động quảng cáo, nhưng chỉ có khoảng 10 doanh nghiệp quảng cáo có năng lực khá, là đối tác chiến lược với các doanh nghiệp lớn nước ngoài; khoảng 300 công ty có hoạt động thường xuyên, chia sẻ được các hợp đồng quảng cáo lớn. Có khoảng 16 công ty quảng cáo nước ngoài đang hoạt động dưới nhiều hình thức, 07 văn phòng đại diện của doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài tại Việt Nam.

Hoạt động quảng cáo tại Thành phố Hồ Chí Minh trong thời gian qua khá phát triển, gia tăng nhanh về số lượng, quy mô, có sự tiến bộ nhất định về chất lượng, công nghệ, có các loại hình, hình thức mới nhằm thông tin, giới thiệu, quảng bá các loại hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp đến người tiêu dùng, góp phần truyền tải văn hóa đến công chúng trong và ngoài nước.

Tốc độ đô thị hóa tại Thành phố đã và đang diễn ra nhanh chóng, không gian đô thị mở rộng kiến trúc, cảnh quan đô thị thay đổi; hoạt động quảng cáo tác động rất mạnh về cảnh quan, môi trường, mỹ quan đô thị; đối với nếp sống thị dân, nhận thức thẩm mỹ và tâm lý tiêu dùng của công chúng. Việc tăng

nhanh số lượng các phương tiện quảng cáo, số lượng doanh nghiệp hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố bên cạnh mặt tích cực, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, còn có những mặt tiêu cực, trong đó quảng cáo không phép, sai phép, quảng cáo rao vặt trên đường phố đang ảnh hưởng xấu đến cảnh quan đô thị, trật tự, vệ sinh, an toàn xã hội, đến thị hiếu thẩm mỹ của công chúng.

Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời nhằm nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, điều chỉnh quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố, định hướng phát triển đến năm 2030, xác định mục tiêu nội dung quy hoạch và giải pháp nhằm đưa hoạt động quảng cáo đi vào nền nếp, nội dung và hình thức đảm bảo thể hiện bản sắc văn hóa dân tộc, trật tự mỹ quan đô thị và an toàn xã hội; khắc phục những hạn chế, yếu kém trong quảng cáo ngoài trời. Các quy định quản lý nội dung quảng cáo nhằm thể hiện trách nhiệm đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người tiêu dùng; góp phần nâng cao chất lượng tăng trưởng và sức cạnh tranh kinh tế Thành phố, thúc đẩy cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; quy định cụ thể trách nhiệm, nghĩa vụ và điều kiện cho các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo; đảm bảo sự thống nhất, tính công khai, minh bạch trong công tác cấp phép xây dựng công trình quảng cáo và xử phạt vi phạm liên quan đến quảng cáo.

PHẦN II
THỰC TRẠNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH TRƯỚC KHI LUẬT QUẢNG CÁO CÓ HIỆU LỰC THI HÀNH

1. Thực trạng hoạt động quảng cáo ngoài trời tại Thành phố Hồ Chí Minh

Năm 2002 có khoảng 50 doanh nghiệp được cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ quảng cáo ở thành phố. Hoạt động quảng cáo giai đoạn này hầu hết là tự phát, các bảng quảng cáo ngoài trời chiếm lĩnh các vị trí trung tâm thành phố, nhất là tại các giao lộ, mặt tiền nhà với chất liệu thô sơ, kích thước không đồng bộ, lẫn lộn giữa biển hiệu và bảng quảng cáo. Nhiều bảng quảng cáo lắp đặt trên nóc nhà, gây mất an toàn và ảnh hưởng đến mỹ quan đô thị; một số nội dung quảng cáo xa lạ với lối sống, phong tục tập quán dân tộc, phản cảm, hình ảnh, kiểu dáng thực dụng, cường điệu, kém tính thẩm mỹ.

Các văn phòng đại diện của doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài tại Việt Nam liên kết với các công ty quảng cáo trong nước tổ chức nhiều đợt tiếp thị và quảng cáo các nhãn hiệu sản phẩm nhập khẩu bằng những chiến dịch quảng cáo quy mô, trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Tuy Thành phố nỗ lực lập lại trật tự trong lĩnh vực quảng cáo nhưng kết quả chưa đáp ứng yêu cầu và mục tiêu đề ra, thiếu tính bền vững. Những năm gần đây, do nhu cầu quảng cáo tăng mạnh, tình trạng mất trật tự trong hoạt động quảng cáo lại tái diễn. Các hoạt động quảng cáo, nhất là quảng cáo ngoài trời phát triển tự phát, thiếu sự quản lý, kiểm soát hiệu lực, hiệu quả của các cơ quan quản lý nhà nước chịu trách nhiệm hoạt động này. Nổi lên các biểu hiện:

- Quảng cáo ngoài trời không có phép xây dựng, không thông báo nội dung cho cơ quan quản lý nhà nước phá vỡ cảnh quan, kiến trúc, ảnh hưởng đến tâm tư tình cảm của người dân đang nỗ lực cùng với chính quyền xây dựng nếp sống văn minh đô thị;

- Tính thiếu thống nhất, không đồng bộ, vi phạm quy định về quy cách, về vị trí, kích thước, lấn chiếm không gian; nhất là đối với bảng quảng cáo tấm lớn đang ảnh hưởng rất lớn đến an toàn xây dựng, an toàn về cháy nổ; việc lắp dựng các biển hiệu tràn lan trên các tuyến đường lấn chiếm vỉa hè, ảnh hưởng đến trật tự, an toàn giao thông đô thị;

- Quảng cáo sai về nội dung như: quảng cáo sai sự thật làm thiệt hại cho người tiêu dùng, quảng cáo so sánh, quảng cáo tự cho mình là duy nhất, số 1, "siêu"; quảng cáo nhạy cảm về giới tính; quảng cáo phản cảm ảnh hưởng đến sự hình thành nhân cách trẻ em; quảng cáo bằng tiếng nước ngoài hoặc tiếng nước ngoài lớn hơn tiếng Việt.

- Quảng cáo không phép, sai phép, nội dung của biển hiệu không đúng quy định của pháp luật; quảng cáo quá thời hạn cho phép.

2. Thực trạng quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo ngoài trời

2.1. Cơ sở pháp lý đối với công tác quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo ngoài trời và việc thực hiện cấp phép quảng cáo

Pháp lệnh quảng cáo số 39/2001/ PL-UBTVQH10 ngày 16 tháng 11 năm 2001 được ban hành có hiệu lực từ ngày 01 tháng 5 năm 2002.

- Nghị định số 11/2006/NĐ-CP ngày 18 tháng 11 năm 2006 về ban hành Quy chế hoạt động văn hóa và kinh doanh dịch vụ văn hóa công cộng. Tại Khoản 2, Điều 30 của Nghị định có nội dung không phù hợp với điều kiện đô thị: Quy định "mỗi cửa hàng được phép đặt 3 bảng hiệu" (không quy định kích thước), dẫn đến tình trạng lạm dụng biển hiệu để quảng cáo, gây khó khăn trong công tác kiểm tra, quản lý.

Trong khi chờ Nghị định của Chính phủ và Thông tư của Bộ Văn hóa và Thông tin hướng dẫn chi tiết thực hiện, trên cơ sở các quy định tại Pháp lệnh quảng cáo số 39/2001/PL-UBTVQH10 và căn cứ vào tình hình thực tế Ủy ban nhân dân Thành phố đã ban hành:

- Quyết định số 108/2002/QĐ-UB ngày 25 tháng 9 năm 2002 quy định về hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh;

- Chỉ thị số 22/2002/CT-UB ngày 13 tháng 11 năm 2002 về tăng cường kiểm tra xử lý quảng cáo rao vặt nơi công cộng;

- Quyết định số 217/2004/QĐ-UB ngày 17 tháng 9 năm 2004 thực hiện phân cấp cho Phòng Quản lý Đô thị quận - huyện được cấp phép xây dựng quảng cáo và Thông tư liên tịch số 06/2007/TTLT/BVHTT-BYT-BNN-BXD của Bộ ngày 28 tháng 2 năm 2007 đã giải tỏa một số khó khăn trong thủ tục cấp phép thực hiện quảng cáo;

- Quyết định số 39/2009/QĐ-UB ngày 05 tháng 06 năm 2009 Quy định về hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh thay thế quyết định số 108/2002/QĐ-UB ngày 25 tháng 09 năm 2002.

Việc ban hành các văn bản nói trên là đúng thời điểm và rất cần thiết, giúp tăng cường quản lý hành chính để chấn chỉnh hoạt động quảng cáo, lập lại trật tự kỷ cương, đưa công tác quản lý hoạt động quảng cáo đi vào nền nếp. Công tác cấp phép thực hiện theo quy trình, thủ tục rõ ràng, có hệ thống, giảm phiền hà cho doanh nghiệp; công tác kiểm tra thường xuyên hơn, xử lý kiên quyết hơn các vi phạm trong hoạt động quảng cáo, kể cả đối với quảng cáo rao vặt.

- Nghị định số 103/2009/NĐ-CP ngày 06 tháng 11 năm 2009 về ban hành Quy chế hoạt động văn hóa và kinh doanh dịch vụ văn hóa công cộng thay thế Nghị định số 11/2006/NĐ-CP vẫn không điều chỉnh các kiến nghị của Thành phố về bảng quảng cáo.

Thông tư 06/2007/TTLT/BVHTT-BYT-BNN-BXD ngày 28 tháng 2 năm 2007 hướng dẫn thủ tục cấp giấy phép thực hiện quảng cáo một cửa liên thông nhằm cải tiến thủ tục hành chính, song trên thực tế các sở, ngành chưa phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng, đặc biệt là giữa Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (nay là Sở Văn hóa và Thể thao) với Sở Xây dựng, Sở Giao thông vận tải, làm cho thời gian giải quyết hồ sơ chậm hơn. Thủ tục hồ sơ đề nghị cấp phép không quy định về hợp đồng thuê địa điểm quảng cáo là không phù hợp với quy định của Luật Dân sự và yêu cầu quản lý.

- Hoạt động cưỡng chế xử phạt vi phạm quảng cáo còn bất cập. Nghị định số 37/2005/NĐ-CP ngày 18 tháng 3 năm 2005 của Chính phủ quy định đối với hoạt động cưỡng chế, phải có đại diện của cơ quan công an, chính quyền địa phương. Vi phạm trong hoạt động quảng cáo diễn ra khá thường xuyên, nhưng không phải lúc nào cũng triệu tập được đầy đủ đại diện các cơ quan liên quan để tiến hành cưỡng chế.

- Mức xử phạt đối với những vi phạm về quảng cáo được quy định tại Nghị định số 75/2010/NĐ-CP ngày 12 tháng 7 năm 2010 thấp, không đáng kể so với lợi nhuận thu được, thiếu tính răn đe các đơn vị kinh doanh trong lĩnh vực quảng cáo sẵn sàng chịu phạt, nhưng vẫn tiếp tục vi phạm. Một số hành vi vi phạm chưa quy định hình thức, mức xử phạt, làm cho cán bộ thi hành lúng túng trong việc xử lý.

2.2. Về công tác quy hoạch và quản lý theo quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

Từ năm 1996, Ủy ban nhân dân Thành phố đã có chủ trương quy hoạch các vị trí đặt bảng quảng cáo trên địa bàn Thành phố tại các địa điểm cụ thể, trên cơ sở đề xuất của Ủy ban nhân dân quận, huyện.

Từ năm 2003 đến 2005, Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành 26 quyết định phê duyệt quy hoạch hoạt động quảng cáo ngoài trời tại các quận, huyện. Ủy ban nhân dân quận, huyện khi quy hoạch hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn đều ưu tiên chọn những vị trí thuận lợi nhất cho cổ động chính trị, quy

hoạch các vị trí kết hợp giữa cổ động chính trị và thương mại và các vị trí quảng cáo thương mại đơn thuần bằng các hình thức căng bạt, ốp vào tường nhà, panô dựng từ mặt đất. Một số quận khi quy hoạch đã loại bỏ hẳn số bảng quảng cáo đặt trên nóc nhà, thay thế bằng hình thức căng bạt ốp sát tường nhằm đảm bảo an toàn.

Các ngành chức năng và các quận - huyện tiến hành tương đối đồng bộ việc thực hiện quản lý nhà nước theo quy hoạch quảng cáo được phê duyệt và tiếp tục hoàn thiện nâng cao chất lượng công tác quy hoạch; đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các cá nhân, tổ chức, đơn vị quảng cáo, hài hòa lợi ích với cộng đồng và doanh nghiệp, phù hợp với tiến trình xây dựng đô thị văn minh, hiện đại.

Mặt hạn chế trong quá trình tổ chức thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời tại các quận - huyện được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt là:

- Quy hoạch quảng cáo ngoài trời được lập từ năm 2003, đến nay có mặt không còn phù hợp với sự phát triển của đô thị. Mỗi quận, huyện quy định theo yêu cầu của địa phương, quy hoạch không thống nhất, không đồng bộ về hình thức, chất liệu, kích thước và một số vị trí đặt bảng quảng cáo.

- Khi lập quy hoạch quảng cáo, có quận, huyện chưa nghiên cứu, khảo sát kỹ về cảnh quan, mỹ quan của khu vực đặt bảng quảng cáo, ảnh hưởng của bảng quảng cáo đến trật tự an toàn giao thông, đối với khu vực xung quanh trong trường hợp có mưa, giông, bão... có thể ngã đổ, gây tai nạn cho người và thiệt hại về tài sản.

- Quy hoạch quảng cáo ngoài trời ở các quận, huyện chưa xem xét thật đầy đủ nhu cầu của thị trường trong hoạt động quảng cáo, phần lớn dựa vào hiện trạng những vị trí đã có sẵn bảng quảng cáo hoặc do các doanh nghiệp quảng cáo lựa chọn, nên liên tục phát sinh nhiều vị trí quảng cáo mới, làm thay đổi quy hoạch đã được duyệt.

- Sự thay đổi liên tục của công nghệ trong lĩnh vực quảng cáo, nên một số quy định không còn phù hợp với thực tiễn, việc điều chỉnh, bổ sung, sửa đổi chưa kịp thời.

2.3. Thực trạng công tác kiểm tra, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo ngoài trời

Số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo vi phạm và tái phạm ngày càng tăng. Nhiều doanh nghiệp, khi nhận quyết định xử phạt vi phạm hành chính không chấp hành nộp phạt, hoặc nộp phạt nhưng không chấp hành tháo dỡ phương tiện quảng cáo có nội dung vi phạm, bảng quảng cáo sai phạm. Một số doanh nghiệp khi vi phạm đã đối phó với cơ quan quản lý nhà nước bằng cách thành lập doanh nghiệp mới (thực chất chỉ là một chủ doanh nghiệp) để tiếp tục xin cấp phép.

Các vi phạm trong lĩnh vực quảng cáo ngoài trời lặp đi lặp lại, doanh nghiệp cứ tiếp tục vi phạm, vì dù có đóng phạt họ vẫn có lãi.

Hoạt động thanh tra, xử lý vi phạm chưa kịp thời, chưa hiệu quả. Lực lượng thanh tra quá mỏng, chủ yếu là hoạt động kiêm nhiệm, địa bàn rộng. Hoạt động quảng cáo liên quan đến nhiều ngành, trong khi quy định của pháp luật về chức năng, nhiệm vụ của từng ngành chưa rõ, quy định về thủ tục xử lý, mức xử phạt, chế tài không đủ để răn đe, ngăn ngừa vi phạm.

Nhìn chung, nguyên nhân hạn chế, yếu kém trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời thì nguyên nhân chủ quan là chủ yếu. Phần lớn những giải pháp mà Thành phố tiến hành trong công tác quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo ngoài trời là những giải pháp tình thế; quản lý nhà nước trên lĩnh vực này lúng túng, trùng lắp, lỏng lẻo, sơ hở, không đồng bộ, thống nhất giữa các quận, huyện; công tác kiểm tra, xử lý vi phạm sau khi cấp phép chưa thực hiện thường xuyên, hiệu quả thấp. Công tác tuyên truyền cổ động chính trị trực quan chưa được quy hoạch, đầu tư đúng mức. Công tác kiểm tra, thanh tra xử lý hoạt động quảng cáo chưa hiệu quả; nhân lực quản lý hoạt động quảng cáo thiếu và yếu cả về trách nhiệm và năng lực.

Sau khi Quốc hội ban hành Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21 tháng 6 năm 2012, Chính phủ đã có Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 quy định chi tiết thi hành Luật Quảng cáo; Bộ Xây dựng, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các Bộ ngành liên quan đã có Thông tư hướng dẫn chi tiết... Căn cứ các quy định pháp luật, Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh ban hành Dự án Quy hoạch quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 để tổ chức triển khai thực hiện nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, khắc phục hạn chế yếu kém lập lại trật tự, kỷ cương trên lĩnh vực này.

PHẦN III
QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU QUY HOẠCH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

I. QUAN ĐIỂM QUY HOẠCH

- Nâng cao năng lực, hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, phát huy đúng mức vai trò quy hoạch trong quản lý, thống nhất quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố, tạo sự đồng bộ, nhất quán; chấn chỉnh và không để xảy ra tình trạng mất trật tự và vi phạm các quy định về quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời cả về nội dung, hình thức, vị trí và công nghệ;

- Đảm bảo hài hòa lợi ích của doanh nghiệp - cộng đồng người tiêu dùng- Nhà nước;

- Dành những vị trí tốt phục vụ cổ động chính trị. Ưu tiên khuyến khích quảng bá hàng Việt Nam chất lượng cao;

- Hiện đại hóa, tiêu chuẩn hóa các phương tiện quảng cáo ngoài trời. Quản lý chặt chẽ việc viết, đặt biển hiệu của các tổ chức, doanh nghiệp theo đúng quy định pháp luật hiện hành.

- Thực hiện lộ trình thời gian về cho phép sử dụng chất liệu bảng quảng cáo ngoài trời, tiến tới xây dựng màn hình điện tử, hoặc vật liệu mới, công nghệ mới có chất lượng tốt, hạn chế đến mức thấp tác động ảnh hưởng môi trường, hiệu ứng nhà kính, hình thức đẹp, thẩm mỹ cao, hiện đại, độ nén thông tin lớn.

- Quy định rõ ràng, cụ thể trách nhiệm thẩm quyền các cơ quan cấp Thành phố và quận, huyện về quản lý, cấp phép, xử lý vi phạm trong lĩnh vực quảng cáo ngoài trời; quy định những vị trí, tuyến đường, khu vực cấm quảng cáo ngoài trời, những thiết bị, hình thức không cho phép sử dụng để quảng cáo ngoài trời.

- Kiên quyết xử lý nghiêm minh, kịp thời đúng quy định pháp luật đối với các hành vi vi phạm.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu định hướng

- Thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời đảm bảo các tiêu chí xây dựng nếp sống văn minh, mỹ quan đô thị; đảm bảo trật tự an toàn giao thông, góp phần nâng cao chất lượng tăng trưởng và sức cạnh tranh của kinh tế Thành phố; cổ vũ, thúc đẩy cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh có chất lượng sống tốt, văn minh, hiện đại, nghĩa tình; có vai trò động lực trong sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước; sớm trở thành một trong những trung tâm lớn về kinh tế, tài chính, thương mại, khoa học - công nghệ của khu vực Đông Nam Á.[1]

- Xây dựng quy hoạch quảng cáo ngoài trời mang tính dài hạn, gắn với quy hoạch phát triển đô thị để các doanh nghiệp quảng cáo xây dựng kế hoạch phát triển, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận thị trường thông qua quảng cáo.

2. Nhiệm vụ Đề án

- Làm rõ cơ sở pháp lý trong xây dựng Đề án;

- Khảo sát, nghiên cứu thực trạng hoạt động quảng cáo và quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh;

- Khảo sát, nghiên cứu thực trạng hoạt động quảng cáo ngoài trời và quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh;

- Làm rõ cơ sở pháp lý trong xây dựng Dự án; Quy hoạch hoạt động cổ động chính trị trên địa bàn trong giai đoạn từ nay đến năm 2030, cần thiết phải được đổi mới toàn diện cả hình thức lẫn nội dung tuyên truyền phù hợp với yêu

[1] *Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ X nhiệm kỳ2015 - 2020*

cầu phát triển của một thành phố công nghiệp, tôn trọng mỹ quan đô thị và quan trọng nhất là phải sử dụng công nghệ mới tạo nên hiệu quả cao về mặt tuyên truyền. Quy hoạch cần tập trung thực hiện dựa trên các nguyên tắc sau:

Hiện đại hóa tất cả các phương tiện cổ động chính trị lỗi thời, nhếch nhác trên địa bàn bằng các công cụ cổ động trực quan chuyên nghiệp, công nghệ tiên tiến.

Nội dung thông tin phải sinh động, thiết thực: có thể cùng lúc chuyển tải nhiều lượng thông tin, thu hút sự chú ý và dễ dàng quản lý, bảo mật và thay thế.

Có thể kết hợp các hoạt động thông tin khác (thông tin chuyên ngành, thông tin kinh tế tài chính, quảng cáo, bảng chỉ đường...) trên các phương tiện cổ động chính trị để tăng thu, bù vào các chi phí duy tu bảo dưỡng, chi phí cổ động chính trị trong năm.

Một số vị trí thuận lợi có thể cho phép xã hội hóa cổ động chính trị kết hợp quảng cáo thương mại, giảm chi phí đầu tư công.

- Chỉ ra xu hướng của hoạt động quảng cáo trong thời gian tới. Dự báo nhu cầu quảng cáo và sự phát triển của công nghệ quảng cáo trong 05 đến 10 năm tới; về chỉnh trang, phát triển đô thị, mở rộng không gian đô thị phát triển giao thông đô thị và việc hình thành các tuyến trọng điểm quảng cáo ngoài trời ở các khu đô thị mới;

- Xây dựng quy hoạch quảng cáo ngoài trời từng vị trí cụ thể; quy định cho biển hiệu, chất liệu bảng quảng cáo và đề ra các phương hướng, lộ trình và giải pháp thực hiện.

- Ưu tiên các vị trí quảng cáo hàng Việt Nam chất lượng cao tại các trọng điểm quảng cáo

3. Nguyên tắc xây dựng quy hoạch hoạt động quảng cáo

- Triển khai quy định pháp luật hiện hành về quảng cáo, xây dựng, giao thông và quy định pháp luật có liên quan;[2]

- Bảo đảm mỹ quan đô thị, trật tự an toàn giao thông, phòng chống cháy nổ, bảo đảm trật tự an toàn xã hội;[3]

- Đảm bảo sự thống nhất quản lý nhà nước giữa các sở, ban, ngành có liên quan và quận, huyện để phối hợp quản lý và xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo ngoài trời;

- Đảm bảo tính công khai, minh bạch và tính khả thi khi ban hành;[4]

- Gắn quy hoạch hoạt động quảng cáo với quy hoạch đô thị; quy hoạch quảng cáo cần có tầm nhìn, phát triển hài hòa và phù hợp với quy hoạch đô thị,

---

[2] Điểm a – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[3] Điểm b – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[4] Điểm c – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

với phát triển của công nghệ trong quảng cáo và phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động quảng cáo phát triển;

- Bảo đảm sự thống nhất, hài hòa giữa các địa phương tại các điểm tiếp giáp trên trục đường quốc lộ, tỉnh lộ;[5]

- Ưu tiên kế thừa các vị trí quảng cáo phù hợp với quy hoạch đã được ban hành trước đây; [6]

- Lấy ý kiến các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo và Nhân dân[7].

III. PHẠM VI CỦA QUY HOẠCH

1. Phạm vi về không gian:

- Quy hoạch tổng thể vị trí dành cho hoạt động tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội trên toàn địa bàn thành phố và hình thành các trục cổ động cho từng quận, huyện.
- Quy hoạch vị trí quảng cáo thương mại theo nhu cầu phát triển đô thị, nhu cầu quảng cáo thương mại và nhu cầu an toàn, mỹ quan đô thị trên toàn địa bàn 24 quận huyện.
- Quy hoạch các trọng điểm quảng cáo kế thừa những khu vực đã có sẵn trên địa bàn phù hợp quy hoạch, các khu vực vòng xoay, cửa ngõ, khu vực chồng lấn…
- Quy hoạch một số thí điểm các trọng điểm quảng cáo trên một số tuyến đường trung tâm thành phố. Thực hiện quản lý biển hiệu, quảng cáo công nghệ mới cho hoạt động quảng cáo mang tính thẩm mỹ và giá trị văn hóa cao có ưu tiên vị trí cho hàng Việt:
- Tại các nơi công cộng khác như Trung tâm thương mại, chợ, siêu thị, nhà ga, sân bay, bến xe, bến tàu, bãi đỗ xe…

2. Phạm vi về loại hình:

- Băng rôn.
- Bảng quảng cáo tấm lớn trên 40m2,
- Bảng quảng cáo tấm nhỏ dưới 40m2,
- Hộp đèn các loại.
- Màn hình chuyên quảng cáo.
- Trụ quảng cáo.
- Quảng cáo dạng hình , dạng chữ.

3. Nguyên tắc xây dựng quy hoạch quảng cáo ngoài trời

---

[5] Điểm b – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[6] Điểm đ – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[7] Điểm e – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

- Triển khai quy định pháp luật hiện hành về quảng cáo, xây dựng, giao thông và quy định pháp luật có liên quan;[8]

- Bảo đảm mỹ quan đô thị, trật tự an toàn giao thông, phòng chống cháy nổ, bảo đảm trật tự an toàn xã hội;[9]

- Đảm bảo sự thống nhất quản lý nhà nước giữa các sở, ban, ngành có liên quan và quận, huyện để phối hợp quản lý và xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo ngoài trời;

- Đảm bảo tính công khai, minh bạch và tính khả thi khi ban hành;[10]

- Gắn quy hoạch quảng cáo ngoài trời với quy hoạch đô thị, các trung tâm đô thị; quy hoạch quảng cáo cần có tầm nhìn, phát triển hài hòa và phù hợp với quy hoạch đô thị, với phát triển của công nghệ trong quảng cáo và phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động quảng cáo phát triển;

Đến năm 2030 sẽ là mô hình đa trung tâm: Phát triển Thành phố Hồ Chí Minh theo mô hình đa trung tâm nhằm giảm áp lực cho khu vực trung tâm hiện hữu, phân tán hệ thống các trung tâm chuyên ngành, các đầu mối dịch vụ hạ tầng xã hội. Các trung tâm được kết nối đa phương tiện, đặc biệt là các tuyến metro và các phương tiện giao thông công cộng khác: Quy hoạch quảng cáo sẽ phục vụ cho mô hình này, kéo dãn mật độ tại trung tâm hiện hữu.

- Bảo đảm sự thống nhất, hài hòa giữa các địa phương tại các điểm tiếp giáp trên trục đường quốc lộ, tỉnh lộ;[11]

- Ưu tiên kế thừa các vị trí quảng cáo phù hợp với quy hoạch đã được ban hành trước đây; [12]

- Lấy ý kiến các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo và Nhân dân[13].

PHẦN IV
NỘI DUNG QUY HOẠCH QUẢNG CÁO TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐẾN NĂM 2030. ĐỊNH HƯỚNG KHÔNG GIAN VÀ HẠ TẦNG KỸ THUẬT CHO QUẢNG CÁO

I. QUY ĐỊNH CHUNG

1. Phạm vi điều chỉnh[14]

---

[8] Điểm a – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[9] Điểm b – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[10] Điểm c – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[11] Điểm b – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[12] Điểm đ – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[13] Điểm e – Khoản 2 – Điều 37 – Luật quảng cáo

[14] Mục 1.1, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

- Quy hoạch này quy định những yêu cầu bắt buộc phải tuân thủ khi thiết kế, xây dựng, lắp đặt các phương tiện quảng cáo ngoài trời.

- Quy hoạch này áp dụng đối với các phương tiện quảng cáo ngoài trời thể hiện trên các công trình quảng cáo, băng-rôn, đặt cố định hoặc di động; không áp dụng với sản phẩm quảng cáo.

2. Đối tượng áp dụng[15]

Quy hoạch này áp dụng đối với các tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động quảng cáo và xây dựng các phương tiện quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

3. Căn cứ pháp lý

- Nghị quyết số 16-NQ/TW ngày 10 tháng 8 năm 2012 của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020;

- Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13, ngày 21 tháng 06 năm 2012;

- Luật Tổ chức chính quyền địa phương số 77/2015/QH13, ngày 9 tháng 6 năm 2015;

- Luật Xây dựng số 50/ 2014/QH13, ngày 18 tháng 6 năm 2014;

- Nghị định 92/2006/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ về lập, thẩm định, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế – xã hội;

- Nghị định số 04/2008/NĐ-CP ngày 11 tháng 01 năm 2008 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội;

- Nghị định số 59/2015/NĐ-CP, ngày 18/6/2015 của Chính phủ về quản lý dự án đầu tư xây dựng;

- Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2010 của Chính phủ quy định về quản lý và kết cấu hạ tầng và giao thông đường bộ;

- Nghị định số 38/2010/NĐ-CP ngày 07 tháng 4 năm 2010 của Chính phủ về quản lý không gian, kiến trúc, cảnh quan đô thị;

- Nghị định số 10/2013/NĐ-CP ngày 11 tháng 01 năm 2013 của Chính phủ quy định việc quản lý, sử dụng và khai thác tài sản kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

- Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo;

- Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ về quy định chi tiết một số điều của Luật Quảng cáo;

[15] Mục 1.2, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

- Quyết định số 24/QĐ-TTg, ngày 06 tháng 01 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch chung xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2025;

- Quyết định số 568/QĐ-TTg ngày 08 tháng 4 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch phát triển giao thông vận tải Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020 và tầm nhìn sau năm 2020;

- Quyết định số 1108/QĐ-UBND và 1109/QĐ-UBND ngày11 tháng 3 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố về Phê duyệt đồ án thiết kế đô thị (riêng) tỉ lệ 1/2000;

- Quyết định số 1065/QĐ-TTg ngày 03 tháng 7 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ, phê duyệt nhiệm vụ điều chỉnh quy hoạch xây dựng vùng Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050;

- Quyết định số 3666/QĐ-UBND-VX ngày 28 tháng 7 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc công bố thủ tục hành chính mới ban hành, thủ tục hành chính được bãi bỏ trong lĩnh vực quảng cáo; mỹ thuật; nhiếp ảnh và triển lãm; văn hóa cơ sở thuộc thẩm quyền giải quyết của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh;

- Quyết định số 27/2014/QĐ-UBND ngày 04 tháng 8 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh quy định chi tiết một số nội dung về cấp giấy phép xây dựng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh;

- Quyết định số 29/2014/QĐ-UBND ngày 29 tháng 8 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh ban hành Quy chế quản lý quy hoạch, kiến trúc đô thị chung Thành phố Hồ Chí Minh;

- Quyết định số 34/2015/QĐ-UBND ngày 10 tháng 7 năm 2015 của Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Quy định về hướng dẫn tổ chức lập, thẩm định, phê duyệt, điều chỉnh và định mức chi phí lập, thẩm định, công bố quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế – xã hội, quy hoạch phát triển ngành, lĩnh vực và sản phẩm chủ yếu trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh;

- Thông tư số 40/2012/TT-BCT ngày 21 tháng 12 năm 2012 của Bộ Công Thương quy định cấp giấy xác nhận nội dung quảng cáo thực phẩm thuộc trách nhiệm quản lý;

- Thông tư số 19/2013/TT-BXD ngày 30 tháng 10 năm 2013 của Bộ Xây dựng về ban hành quy chuẩn quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời;

- Thông tư số 10/2013/TT-BVHTTDL ngày 06 tháng 12 năm 2013 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều của Luật quảng cáo và Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo;

- Thông tư số 05/2008/TT – BNV ngày 07 tháng 8 năm 2008 của Bộ Nội vụ hướng dẫn về biển tên cơ quan hành chính nhà nước;

- Thông tư số 09/2015/TT-BYT, ngày 25/5/2015 của Bộ Y tế quy định về xác nhận nội dung quảng cáo đối với sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt thuộc lĩnh vực quản lý của Bộ Y tế;

- Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ X, nhiệm kỳ 2015-2020;

- Quyết định số 3457/QĐ-UBND ngày 28/6/2013 của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về ban hành quy chế quản lý không gian kiến trúc và cảnh quan đô thị khu vực trung tâm hiện hữu thành phố;

- Chỉ thị số 25/2014/CT-UBND ngày 16 tháng 9 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về tăng cường công tác quản lý và hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh;

- Kết luận số 319-KL/TU ngày 15 tháng 7 năm 2015 của Ban Thường vụ Thành ủy về Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2014-2015, giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn đến năm 2025;

- Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch kinh tế - xã hội, ngân sách 5 năm (2011-2015) phương hướng, mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp 5 năm (2016-2020).

4. Giải thích từ ngữ

4.1. **Quảng cáo**

Quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lợi; sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lợi; tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ được giới thiệu, trừ tin thời sự; chính sách xã hội; thông tin cá nhân. [16]

Sản phẩm quảng cáo bao gồm nội dung và hình thức quảng cáo được thể hiện bằng hình ảnh, âm thanh, tiếng nói, chữ viết, biểu tượng, màu sắc, ánh sáng và các hình thức tương tự.[17]

4.2. **Quảng cáo ngoài trời:** Quảng cáo bao gồm các phương tiện để thể hiện thông tin quảng cáo. Đề án đề cập đến phương tiện quảng cáo bao gồm: bảng quảng cáo tấm lớn, bảng quảng cáo tấm nhỏ, hộp đèn, trụ hộp đèn, trụ pano, màn hình điện tử chuyên quảng cáo, quảng cáo bằng đoàn người, quảng cáo bằng kỹ thuật chiếu 3D, bằng laser ngoài trời.

4.3. **Phương tiện quảng cáo:** Phương tiện quảng cáo là công cụ được sử dụng để giới thiệu các sản phẩm quảng cáo thương mại.[18]

4.4. **Công trình quảng cáo:** Bao gồm các màn hình chuyên quảng cáo, biển hiệu, bảng quảng cáo độc lập hoặc gắn vào công trình xây dựng có sẵn; [19]

---

[16] Luật Quảng cáo, 2012
[17] Luật Quảng cáo, 2012
[18] điều 90, Luật Thương mại
[19] Mục 1.4.7, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

4.5. **Bảng quảng cáo**: Phương tiện để thể hiện các sản phẩm quảng cáo trên nhiều chất liệu và kích thước khác nhau, bao gồm: bảng, biển, panô, hộp đèn được treo, lắp đặt độc lập hoặc gắn vào công trình xây dựng có sẵn.[20]

4.6. **Bảng quảng cáo cố định**: (đứng độc lập hoặc gắn vào công trình xây dựng có sẵn): Bảng quảng cáo được cố định xuống nền hoặc bề mặt gắn kết và có thể được chiếu sáng, kết nối với nguồn cung cấp điện.[21]

4.7. **Bảng quảng cáo di động**: Bảng quảng cáo có thể di dời được, sử dụng dưới dạng treo hoặc đặt trên vỉa hè, lề đường và dải phân cách, được chiếu sáng hoặc không được chiếu sáng.[22]

4.8. **Diện tích quảng cáo**: Phần thể hiện các sản phẩm quảng cáo trên công trình quảng cáo.[23]

4.9. **Bảng quảng cáo tấm lớn**: Bảng quảng cáo có diện tích một mặt từ $40m^2$ trở lên.[24]

4.10. **Bảng quảng cáo tấm nhỏ:** Bảng quảng cáo có diện tích một mặt dưới $40m^2$.[25]

4.11. **Kết cấu bảng quảng cáo**: Các thành phần (như móng, chân cột, kết cấu khung đỡ, mặt bảng quảng cáo,...) được lắp ráp với nhau để tạo nên một phương tiện quảng cáo ngoài trời.[26]

4.12. **Băng-rôn**: Bao gồm băng-rôn ngang, băng-rôn dọc (cờ phướn) được treo tại các vị trí cụ thể trên các tuyến đường trục chính trong đô thị, trung tâm.[27]

4.13. **Màn hình chuyên quảng cáo:** là phương tiện quảng cáo sử dụng công nghệ điện tử để truyền tải các sản phẩm quảng cáo, bao gồm màn hình LED, LCD và các hình thức tương tự.[28]Sử dụng thẻ nhớ off line, không kết nối.

4.14. **Biển hiệu**: Bảng dùng để viết tên của các cơ quan, tổ chức chính trị - xã hội, cơ sở sản xuất, kinh doanh nhằm giới thiệu tên gọi, địa chỉ giao dịch.[29]

---

[20] Mục 1.4.7, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[21] Mục 1.4.8, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[22] Mục 1.4.9, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[23] Mục 1.4.10, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[24] Mục 1.4.11, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[25] Mục 1.4.12, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[26] Mục 1.4.13, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[27] Mục 1.4.3, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[28] Khoản 13, điều 2, Luật Quảng cáo

[29] Mục 1.4.5, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

4.15. **Mặt tiền nhà**: Là mặt chính của công trình có lối vào tiếp giáp với lối đi lại của khu vực, gắn với số nhà và được công nhận tại các giấy tờ có giá trị pháp lý;

4.16. **Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo:** là người trực tiếp đưa các sản phẩm quảng cáo đến công chúng hoặc thể hiện sản phẩm quảng cáo trên người thông qua hình thức mặc, treo, gắn, dán, vẽ hoặc các hình thức tương tự.[30] Đoàn người quảng cáo: Là hình thức tuyên truyền, quảng cáo trên quần, áo, nón, xe, cờ của một nhóm người chuyển tải sản phẩm quảng cáo lưu thông trên đường; [31]

4.17. **Đường bộ**: Bao gồm đường, cầu đường bộ, hầm đường bộ, bến phà đường bộ. [32]

4.18. **Đất của đường bộ**: Phần đất trên đó công trình đường bộ được xây dựng và phần đất dọc hai bên đường bộ để quản lý, bảo trì, bảo vệ công trình đường bộ. [33]

4.19. **Hành lang an toàn đường bộ:** Dải đất dọc hai bên đất của đường bộ, tính từ mép ngoài đất của đường bộ ra hai bên để bảo đảm an toàn giao thông đường bộ.[34]

4.20. **Đường đô thị:** Đường trong phạm vi địa giới hành chính nội thành, nội thị. [35]

4.21. **Dải phân cách**: Bộ phận của đường để phân chia mặt đường thành hai chiều xe chạy riêng biệt hoặc để phân chia phần đường của xe cơ giới và xe thô sơ.[36]

4.22. **Vòng xoay, giao lộ**: Nơi đường giao nhau cùng mức, là nơi 2 hay nhiều đường bộ gặp nhau trên cùng một mặt phẳng hình thành vị trí giao nhau.

4.23. **Đường cao tốc**: là đường dành cho xe cơ giới, có giải phân cách chia đường cho xe chạy 2 chiều riêng biệt,không giao nhau cùng mức với một hoặc các đường khác, được bố trí đầy đủ trang thiết bị phục vụ, bảo đảm giao thông liên tục, an toàn, rút ngắn thời gian hành trình, và chỉ cho xe ra vào ở những điểm nhất định.

---

[30] Khoản 8, điều 2, Luật Quảng cáo
[31] Khoản 8, điều 2, Luật Quảng cáo
[32] Mục 1.4.14, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời
[33] Mục 1.4.15, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời
[34] Mục 1.4.16, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời
[35] Mục 1.4.17, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời
[36] Mục 1.4.18, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

II. QUY HOẠCH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO

1. Nguyên tắc chung

1.1. Quy hoạch hoạt động quảng cáo phải xác định được địa điểm, hình thức, kích thước, chất liệu, số lượng các phương tiện quảng cáo ngoài trời đặt trên các tuyến giao thông đô thị và ngoài đô thị; bên ngoài hành lang an toàn đường bộ, đường sắt và đường thủy nội địa.[37]

1.2. Vị trí, địa điểm, khu vực lắp đặt và công tác quản lý các phương tiện quảng cáo phải tuân theo quy định trong Luật Quảng cáo; Luật Xây dựng; Luật Giao thông đường bộ; Luật Giao thông đường thủy nội địa; Luật Điện lực; Luật Đường sắt; Luật Di sản văn hóa, Quy chuẩn QCXDVN 17: 2013/BXD; Quy định, quy chế quản lý theo các quy hoạch xây dựng đã được phê duyệt và các yêu cầu sau:[38]

- Xác định rõ khu vực, mốc giới hạn của vị trí quy hoạch;

- Không lắp đặt bảng quảng cáo trên các cột đèn chiếu sáng đô thị;

- Không lắp đặt bảng quảng cáo trong phạm vi hành lang an toàn đường bộ tại các vị trí giao lộ, vòng xoay;

- Không lắp đặt công trình quảng cáo trong hành lang an toàn đối với cầu, hầm đường bộ;

- Không lắp đặt công trình quảng cáo trong phạm vi hành lang an toàn đường cao tốc;

- Không lắp đặt công trình quảng cáo trên đất của đường bộ khu vực ngoài đô thị;

- Không lắp đặt công trình quảng cáo trên cổng chào, trên các công trình băng ngang đường giao thông: trạm thu phí, cổng giao đường sắt; trên mặt đường; cầu giao thông, cầu vượt;

- Không đặt, treo gắn bảng quảng cáo trong khu trung tâm hành chính Thành phố, quận, huyện, phường, xã, thị trấn; khu quảng trường;

- Biển hiệu của các tổ chức, doanh nghiệp, các cửa hàng kinh doanh khi đặt trên trên vỉa hè, lề đường phải được cơ quan có thẩm quyền cho phép;

- Không đặt, treo gắn bảng quảng cáo trong khuôn viên các cơ quan Đảng, nhà nước, đoàn thể, doanh trại quân đội, trụ sở công an, trường học, bệnh viện, cơ sở tôn giáo, các cơ quan ngoại giao và các tổ chức quốc tế, di tích lịch sử - văn hóa, di tích cách mạng kháng chiến, khuôn viên nơi đặt tượng đài, bia tưởng niệm.

- Đảm bảo tầm nhìn giao thông, không ảnh hưởng đến hoạt động giao thông và không che khuất tầm nhìn biển báo giao thông;

---

[37] Mục 2.1, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

[38] Mục 2.1, TT19/2013/ TT-BXD, Ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời

- Đảm bảo mỹ quan đô thị;

- Đảm bảo an toàn về phòng cháy chữa cháy, kết cấu xây dựng, vật liệu chiếu sáng theo quy định tại Điều 2.7,2.8,2.9 của Quy chuẩn QCVN 17:2013/BXD.

- Đảm bảo các hoạt động sản xuất, sinh hoạt bình thường của người dân và an toàn xã hội;

- Bảng quảng cáo, băng rôn theo hình thức xã hội hóa cổ động chính trị kết hợp quảng cáo phải tuân thủ theo Luật Quảng cáo;

- Các bảng quảng cáo được phép lắp đặt tạm thời trong hành lang an toàn đường bộ thuộc Thành phố quản lý, không được gây ảnh hưởng đến an toàn giao thông và phải được Sở Giao thông Vận tải chấp thuận[39]. [Căn cứ cấp kỹ thuật của đường theo quy hoạch, phạm vi hành lang an toàn của đường có bề rộng tính từ đất của đường bộ trở ra hai bên là: 47 mét đối với đường cao tốc; 17 mét đối với đường cấp I, cấp II; 13 mét đối với đường cấp III; 09 mét đối với đường cấp IV, cấp V; 04 mét đối với đường có cấp thấp hơn cấp][40].

1.3. Đảm bảo an toàn về kết cấu, không được gia cố chống đỡ thêm bên cạnh các trụ chính; phải có biện pháp che chắn hoặc trang trí bên ngoài trụ đỡ và khung sườn, đảm bảo tính mỹ quan đô thị; [41]

1.4. Nội dung quảng cáo phải bảo đảm trung thực, chính xác, rõ ràng, không gây thiệt hại cho người sản xuất, kinh doanh và người tiếp nhận quảng cáo. Phải tuân thủ các yêu cầu về quảng cáo đối với nội dung quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt theo quy định của pháp luật liên quan. [42]

1.5. Các sản phẩm quảng cáo thể hiện trên bảng quảng cáo phải ghi rõ tên, địa chỉ người thực hiện;[43]

1.6. Các sản phẩm quảng cáo phải có nội dung thể hiện bằng tiếng Việt, trừ những trường hợp nhãn hiệu hàng hoá, khẩu hiệu, thương hiệu, tên riêng bằng tiếng nước ngoài hoặc các từ ngữ đã được quốc tế hoá không thể thay thế bằng tiếng Việt; Trong trường hợp sử dụng cả tiếng Việt, tiếng nước ngoài trên cùng một sản phẩm quảng cáo thì khổ chữ nước ngoài không được quá ba phần tư khổ chữ tiếng Việt và phải đặt bên dưới chữ tiếng Việt;[44]

1.7. Những trường hợp sau phải xin giấy phép xây dựng của cơ quan có thẩm quyền về xây dựng của địa phương:

a- Xây dựng biển hiệu, bảng quảng cáo có diện tích một mặt trên $20m^2$ kết cấu khung kim loại hoặc vật liệu xây dựng tương tự gắn vào công trình xây dựng có sẵn;

---

[39] Điều 28 – Nghị định số 11/2010/NĐ-CP
[40] Khoảng 1 – Điều 15 Nghị định số 11/2010/NĐ-CP
[41] Khoản 2 – Điều 27 –Luật quảng cáo
[42] Khoản 2 – Điều 27 –Luật quảng cáo
[43] Khoản 2 – Điều 27 –Luật quảng cáo
[44] Điểm a- Khoản 1 – Điều 18 – Luật Quảng cáo

b- Xây dựng bảng quảng cáo đứng độc lập có diện tích một mặt từ $40m^2$ trở lên;

c- Xây dựng màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời có diện tích một mặt từ $20m^2$ trở lên;

Việc xin cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo phải tuân theo quy định về cấp phép và quản lý xây dựng theo quy định của cơ quan có thẩm quyền về xây dựng tại địa phương.

2. Quy hoạch vị trí hoạt động quảng cáo

- Thực hiện bản đồ quy hoạch 24 quận, huyện và các trọng điểm quảng cáo của Thành phố, lập phối cảnh vị trí quy hoạch từng ô phố, vị trí trọng điểm phục vụ công tác phê duyệt quy hoạch.

- Công khai Quy hoạch hoạt động quảng cáo vị trí được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt trên các phương tiện truyền thông. Ủy ban nhân dân quận, huyện tạo điều kiện cho các doanh nghiệp quảng cáo tiếp cận quy hoạch và các quy định pháp luật có liên quan.

2.1. Khu vực cấm quảng cáo:

a) Khu vực cấm dựng bảng quảng cáo thương mại:

- Công viên 30/4 (đường Lê Duẩn, đường Alexandre De Rhodes, đường Hàn Thuyên);

- Quảng trường Công xã Paris, Quận 1 (từ đường Lê Duẩn đến đường Đồng Khởi);

- Công viên Lam Sơn, Quận 1 (từ đường Nguyễn Huệ đến đường Đồng Khởi);

- Công viên Chi Lăng, Quận 1;

- Công viên Lý Tự Trọng, Quận 1;

- Công viên Bạch Đằng, Quận 1;

- Mảng xanh Nóc hầm sông Sài Gòn, Quận 1;

- Công trường Quốc tế (Hồ Con Rùa);

- Đường Đồng Khởi (từ đường Nguyễn Du đến đường Nguyễn Thiệp),

- Đường Lê Duẩn: Suốt tuyến;

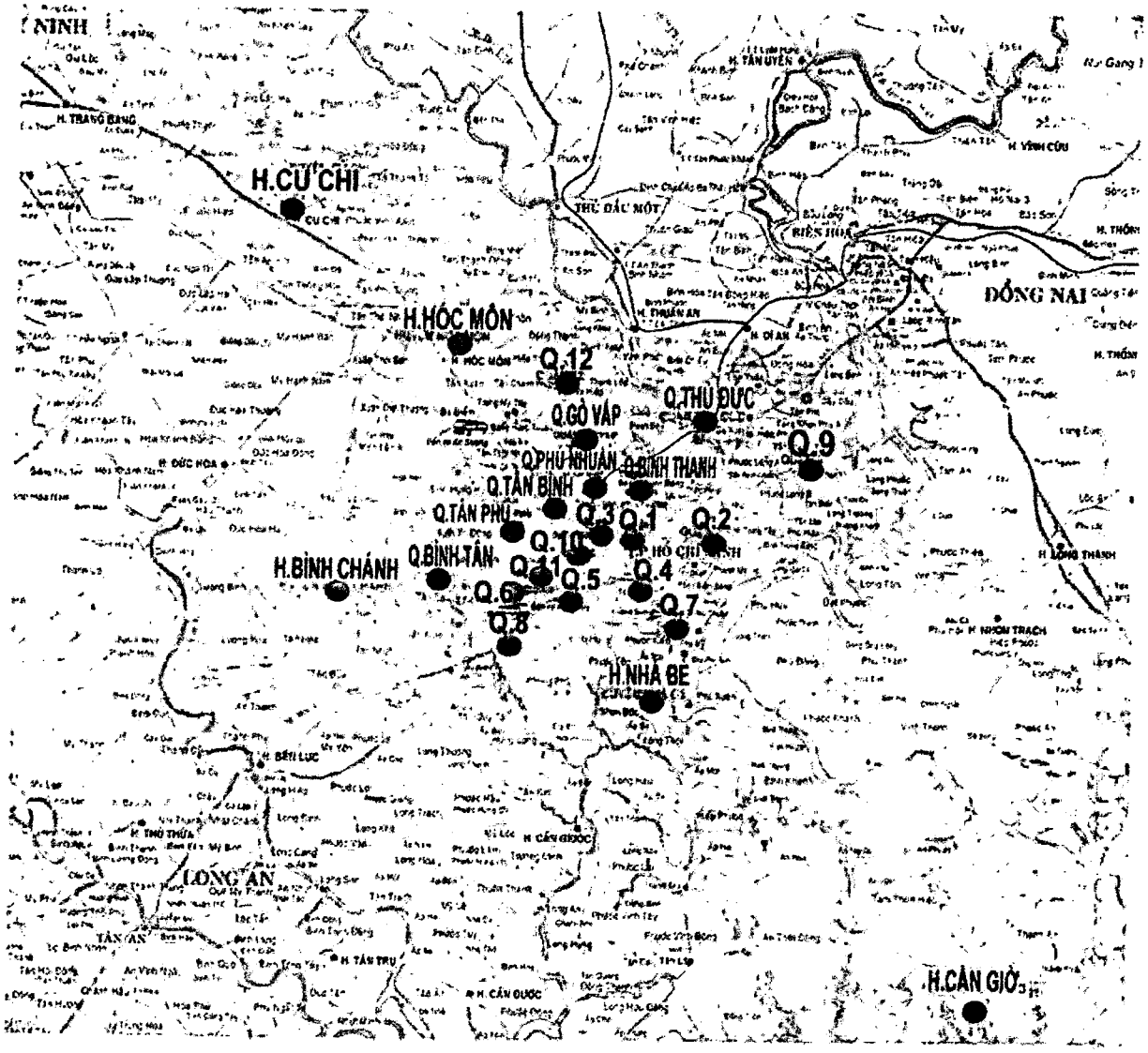
- Đường Lê Lợi (đoạn từ đường Đồng Khởi đến đường Nguyễn Huệ);

- Trụ sở của cơ quan Đảng, Nhà nước các cấp, tổ chức chính trị - xã hội, doanh trại quân đội, trụ sở công an, các cơ quan ngoại giao và các tổ chức quốc tế.

- Di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh đã được xếp hạng; di tích cách mạng kháng chiến; khuôn viên nơi đặt tượng đài, bia tưởng niệm và cơ sở tôn giáo, trường học, bệnh viện.

- Hành lang an toàn đường bộ, tại các giao lộ, vòng xoay.

BẢN ĐỒ QUY HOẠCH VỊ TRÍ CỔ ĐỘNG CHÍNH TRỊ VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TẠI CÁC QUẬN – HUYỆN
GIAI ĐOẠN 2014-2015, GIAI ĐOẠN 2015-2020, TẦM NHÌN ĐẾN 2025



BẢN TỔNG HỢP VỊ TRÍ CỔ ĐỘNG CHÍNH TRỊ VÀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TP HỒ CHÍ MINH

((số liệu thống kê trình hội đồng phê duyệt quy hoạch thành phố))

Hiện trạng:

1. Vị trí cổ động chính trị: 2.254 vị trí - khu vực
(trung bình 40m2/điểm = 90.160 m2)

2. Vị trí quảng cáo thương mại: 1.948 vị trí
Trụ pano lớn: 500 trụ (trung bình: 200 m2/trụ= 100.000m2)
Trụ pano nhỏ: 1.448 trụ (trung bình: 3m2= 4.344 m2)

3. Vị trí cổ động chính trị kết hợp quảng cáo thương mại: 247 vị trí
(trung bình 60m2/điểm= 14.820 m2)

4. Bản ốp tường- nhà dân, tư nhân: 800 vị trí
(trung bình 80 m2= 64.000 m2)

5. Hộp đèn điện tử: 82 vị trí
(trung bình 5m2= 410m2)

Tổng diện tích hiện trạng = 273.734 m2
Phần quảng cáo chiếm: 183.574 m2

Lưu ý: chưa thống kế quảng cáo trên trạm chờ xe buýt, màn hình led.

Dự kiến quy hoạch:
1. Diện tích cổ động chính trị:
tăng thêm 20%
= 110.000 m2

2. Diện tích quảng cáo :
tăng thêm 10%
= 202.000 m2

- Hành lang an toàn đối với cầu, hầm đường bộ.

- Trong vòng xoay ở các giao lộ.

- Hành lang an toàn đường cao tốc.

b) Khu vực cấm quảng cáo thương mại:

- Khu vực Tượng đài Bác Hồ (Quận 1): Giới hạn trong phạm vi đường Nguyễn Huệ (suốt tuyến); đường Lê Thánh Tôn (đoạn từ đường Pasteur đến đường Đồng Khởi);

- Khu vực Tượng đài Bác Hồ với thiếu nhi tại Nhà thiếu nhi Thành phố (Quận 3) giới hạn trong phạm vi các tuyến đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa (giao lộ đường Võ Thị Sáu đến đường Tú Xương), đường Tú Xương (đoạn từ đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa đến đường Lê Quý Đôn), đường Võ Thị Sáu (đoạn đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa đến đường Lê Quý Đôn).

- Nơi đặt tượng đài, bia tưởng niệm; trường học, bảo tàng; khu vực bảo vệ di tích lịch sử, văn hóa; đình, đền, chùa, nhà thờ, thánh thất, nghĩa trang;

- Nơi dành riêng cho việc cổ động chính trị; nơi niêm yết các văn bản pháp luật; trụ sở cơ quan Đảng, nhà nước; tổ chức chính trị - xã hội; cơ quan ngoại giao; doanh trại quân đội, trụ sở công an;

- Trên cổng chào, trên các công trình băng ngang đường giao thông: trạm thu phí, cổng giao đường sắt; trên mặt đường; cầu giao thông, cầu vượt;

- Khu vực sân bay, hành lang an toàn hàng không: không được quảng cáo bằng ánh sáng đèn chiếu, ánh sáng laser.

- Băng rôn băng ngang đường.

2.2. Vị trí được quảng cáo

Nguyên tắc quy hoạch vị trí quảng cáo ngoài trời:

Căn cứ các quy định pháp luật hiện hành, Ủy ban nhân dân quận, huyện khẩn trương hoàn chỉnh quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn từng quận, huyện, có xét mối quan hệ với các địa phương giáp ranh. Chậm nhất cuối tháng 12 năm 2016 trình Ủy ban nhân dân Thành phố xem xét, phê duyệt;

Xác định các vị trí ưu tiên dành cho tuyên truyền cổ động chính trị: Sở Văn hóa và Thể thao chủ trì phối hợp cùng các sở, ngành liên quan, Ủy ban nhân dân quận, huyện xem xét, trình Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt;

Trên cơ sở đề xuất quy hoạch của Ủy ban nhân dân quận, huyện, Sở Văn hóa và Thể thao chủ trì cùng các sở, ngành liên quan chịu trách nhiệm xem xét, điều chỉnh lại quy hoạch đối với khu vực trung tâm, vùng chồng lấn, trục đường giáp ranh nhiều quận, vòng xoay, trục giao thông chính, cửa ngõ ra vào Thành phố, nhằm đảm bảo mỹ quan, thống nhất các tiêu chí: kích thước, số lượng, hình thức, nội dung, trình Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt;

Xây dựng và ban hành tiêu chí cho bảng quảng cáo tấm lớn tại hệ thống các cửa ngõ ra vào thành phố.

Căn cứ bản vẽ sơ đồ, bản đồ vị trí quy hoạch quảng cáo ngoài trời, bản vẽ quy hoạch hệ thống tuyến đường vành đai, bờ sông Sài Gòn, các cửa ngõ vào Thành phố và các khu đô thị mới, để quy hoạch vị trí, loại hình quảng cáo ngoài trời. Hoàn thành quy hoạch và thiết kế chi tiết đối với các khu vực trọng điểm về vị trí quảng cáo ngoài trời.

3. Định hướng không gian hoạt động quy hoạch quảng cáo

Các nguyên tắc chung quy hoạch vị trí cho hoạt động quảng cáo phải cụ thể địa chỉ, kích thước, số lượng, xác định các trọng điểm bao gồm các khu vực trung tâm, hệ thống các tuyến đường vành đai và các cửa ngõ vào Thành phố.

Bên cạnh quy hoạch chung về vị trí quảng cáo của 24 quận, huyện, cần tập trung quy hoạch các trọng điểm quảng cáo của Thành phố, tiến tới kết nối với vùng trọng điểm kinh tế phía nam và các tỉnh giáp ranh

3.1. Khu vực giao lộ vòng xoay: Ngoài phạm vi hành lang an toàn đường bộ, giao lộ, vòng xoay được phép qui hoạch quảng cáo theo QCVN 17 :2013/BXD.

- Không gian khu vực xung quanh chợ Bến Thành và vòng xoay Quách Thị Trang, giới hạn trong phạm vi các tuyến đường: Phan Bội Châu, Phan Chu Trinh, Lê Lai (đến góc Nguyễn Thái Học), Lê Thánh Tôn (đoạn Nguyễn Trung Trực – Trương Định), Nguyễn An Ninh, Lưu Văn Lang, Trần Hưng Đạo (đến giao lộ Yersin), Calmette (đến giao lộ Lê Thị Hồng Gấm), Đặng Thị Nhu, Lê Thị Hồng Gấm (đến giao lộ Yersin), Phạm Ngũ Lão (đến giao lộ Đề Thám), Lê Công Kiều, Phó Đức Chính (đến giao lộ Nguyễn Thái Bình);

- Không gian khu vực bờ sông Sài Gòn, phía Thủ Thiêm, Quận 2 (đoạn từ Cầu Sài Gòn đến cuối đường Cây Bàng, phường An Lợi Đông, Quận 2); Khu vực Cầu Sài Gòn và cầu vượt Nguyễn Hữu Cảnh phía quận Bình Thạnh; Công viên Bạch Đằng, quận 1.

- Khu vực vòng xoay Điện Biên Phủ (Quận 1);

- Khu vực cầu vượt Hàng Xanh (quận Bình Thạnh);

- Khu vực vòng xoay Nút giao thông Cát Lái (Quận 2)

- Khu vực vòng xoay Ngã bảy (Tượng Đài Công Nhân, Quận 3);

- Khu vực vòng xoay Ngã Sáu Phù Đổng (Quận 1);

- Khu vực vòng xoay Nút giao thông An phú (Đường lên cao tốc Long thành - Dầu Giây - Quận 2)

- Khu vực vòng xoay Ngã Sáu Công Trường Dân Chủ (Quận 3, 10);

- Khu vực vòng xoay Ngã Sáu Cộng Hòa (Quận 1, 3, 5,10);

- Khu vực Vòng Xoay Lăng Cha Cả (quận Tân Bình);

- Khu vực vòng xoay Ngã Năm Quang Trung (quận Gò Vấp);

- Khu vực vòng xoay An Lạc (quận Bình Tân);

- Khu vực vòng xoay Phú Lâm (Quận 6);

- Khu vực Công viên Hoàng Văn Thụ (đường Phan Đình Giót, Trần Quốc Hoàn, Hoàng Văn Thụ quận Tân Bình);

3.2. Hệ thống các tuyến đường, trục, vành đai:

- Đường Lê Lợi (từ góc đường Pasteur đến vòng xoay Quách Thị Trang, Quận 1)

- Toàn tuyến đường Hàm Nghi (Quận 1);

- Đường Tôn Đức Thắng (đoạn từ Lê Thánh Tôn đến chân cầu Khánh Hội, kể cả công viên Bạch Đằng, Quận 1);

- Trong khu vực sân bay Tân Sơn Nhất (quận Tân Bình);

- Toàn tuyến đường Trường Sơn (quận Tân Bình);

- Toàn tuyến đường Nguyễn Văn Trỗi (quận Tân Bình, Phú Nhuận);

- Toàn tuyến đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa (Quận 1, 3);

- Toàn tuyến đường Kinh Dương Vương (Quận 6, Bình Tân);

- Toàn tuyến đường Võ Văn Kiệt (Quận 1, 5, 6, Bình Tân, huyện Bình Chánh)

- Toàn tuyến đường Mai Chí Thọ (Quận 2);

- Toàn tuyến Vành đai Đông (Quận 2)

- Toàn tuyến đường Nguyễn Thị Định (Quận 2);

- Toàn tuyến đường Hoàng Sa, Trường Sa;

- Tuyến Quốc lộ 1K từ ngã tư Trạm 2 đến giáp tỉnh Long An (Thủ đức, Quận 12, Bình chánh);

- Toàn tuyến đường Phạm Văn Đồng (quận: Tân Bình, Gò Vấp, Bình Thạnh, Thủ Đức).

3.3. Cửa ngõ ra, vào Thành phố:

- Toàn tuyến đường Xa lộ Hà Nội (Quận 2, 9, Thủ Đức);

- Tuyến đường Quốc lộ 13 trên địa bàn quận Thủ Đức;

- Tuyến đường Quốc lộ 22 (Quận 12, huyện Hóc Môn, Củ Chi);

- Toàn tuyến đường Phạm Văn Đồng;

- Toàn tuyến đường Nguyễn Văn Linh (Quận 7, 8, huyện Bình Chánh);

- Các tuyến đường dẫn vào cao tốc Thành phố Hồ Chí Minh - Trung Lương

- Các tuyến đường dẫn vào cao tốc Thành phố Hồ Chí Minh - Long Thành - Dầu Giây

3.4. Các tuyến đường sắt đô thị (metro) và nhà ga, các công trình ngầm.

- Ban Quản lý Đường sắt đô thị Thành phố Hồ chí Minh căn cứ yêu cầu kỹ thuật hạ tầng, kỹ thuật vận hành, an toàn chạy tàu ... ; căn cứ quy chuẩn QCVN

17:2013/BXD đề xuất quy hoạch quảng cáo tại các nhà ga, bến đỗ : số lượng, vị trí, kích thước, chất liệu. Tập trung thông qua Sở Giao thông vận tải trình Hội đồng phê duyệt quy hoạch cấp Thành phố.

- Tuyến đường sắt chạy nổi trên mặt đất và các công trình ngầm khác dưới mặt đất phải thông qua Sở Giao thông vận tải và phối hợp với Ủy ban nhân dân các quận huyện xây dựng quy hoạch trình Hội đồng quy hoạch cấp Thành phố.

4. Vị trí quy hoạch và hiện đại hóa các phương tiện tuyên truyền, cổ động chính trị

Quy hoạch các vị trí tuyên truyền cổ động chính trị trên địa bàn Thành phố trong giai đoạn 2016 đến năm 2020, định hướng đến 2030 cần được ưu tiên, đồng thời đổi mới toàn diện cả nội dung phải bám sát nhiệm vụ chính trị và hình thức tuyên truyền phải đáp ứng yêu cầu phát triển của Thành phố, trong đó mỹ quan đô thị cần được đặt lên hàng đầu, phải sử dụng công nghệ mới hiện đại, tạo hiệu quả cao về mặt tuyên truyền. Căn cứ vào nhu cầu thực tiễn của Thành phố để quy định vị trí, khu vực, loại hình có kết hợp quảng cáo thương mại và hoạt động tuyên truyền nhiệm vụ chính trị. [45]

Quy hoạch cần xác định rõ các trục phục vụ tuyên truyền, cổ động chính trị, dựa trên các nguyên tắc sau:

Trục đường dành phục vụ tuyên truyền, cổ động chính trị là các trục đường, tuyến đường có ý nghĩa chính trị - xã hội của địa phương, nơi tập trung dân cư. Trên trục này sẽ quy hoạch: vị trí, số lượng treo băng rôn, pano, hộp đèn, màn hình…

1. Khu trung tâm hành chính của Thành phố và 24 quận, huyện. Các cơ quan, đoàn thể, quân đội, công an.

2. Một số điểm nút giao thông quan trọng

3. Khu trung tâm văn hoá, khu vui chơi giải trí, các khu quảng trường; khu thể dục, thể thao; trung tâm thương mại; công viên.

4. Điểm giáp ranh giữa Thành phố Hồ Chí Minh với các tỉnh: Đồng Nai, Bình Dương, Long An, Tây Ninh.

5. Trên các trục giao thông quan trọng, đường vành đai, đường xuyên tâm...

6. Các tuyến đường mới đưa vào sử dụng theo quy hoạch giao thông của thành phố.

5. Chọn thí điểm các trọng điểm quảng cáo và đẩy mạnh xã hội hóa một số vị trí cổ động chính trị cho phép các nội dung quảng cáo thương mại phù hợp:

Ủy ban nhân dân Thành phố cho phép quy hoạch một số vị trí cổ động chính trị tại các cửa ngõ vào thành phố, vòng xoay, khu trung tâm … kêu gọi các

[45] Điều 20– Luật Quảng cáo

doanh nghiệp quảng cáo cùng đầu tư xây dựng các bảng quảng cáo theo công nghệ mới, hiện đại tập trung cổ động chính trị vào những ngày lễ lớn trong năm, ngoài ra xem xét cho phép thí điểm quảng cáo thương mại các sản phẩm hàng Việt Nam chất lượng cao, các sản phẩm có uy tín của khu công nghiệp hoặc các sản phẩm phù hợp khác.

Chọn thí điểm các trọng điểm quảng cáo và các tuyến đường sau đây thực hiện công nghệ mới cho hoạt động quảng cáo mang tính thẩm mỹ và giá trị văn hóa cao:

- Tuyến đường Đồng Khởi.

- Tuyến đường Phạm Ngũ Lão.

- Tuyến đường Lê Lợi và khu vực chợ Bến thành

- Tuyến đường Trường Sơn, đường Nguyễn Văn Trỗi và đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa.

- Tuyến đường Điện Biên Phủ - Xa lộ Hà Nội (từ vòng xoay đường Điện Biên Phủ đến Ngã ba Cát Lái).

- Tuyến đường sắt metro.

- Tuyến đường 2 bên bờ Sông Sài Gòn.

- Các tuyến đường mới đưa vào sử dụng theo quy hoạch giao thông của Thành phố.

Tại các tuyến đường thí điểm này đảm bảo quản lý tốt 3 loại hình biển hiệu và bảng quảng cáo như sau:

1/ Chấn chỉnh đưa vào quy chuẩn tất cả các biển hiệu nằm trên mặt tiền các tuyến đường và khu vực này theo quy định pháp luật hiện hành.

2/ Chấn chỉnh và bổ sung quy hoạch bảng quảng cáo các loại (bảng biển, pano, hộp đèn, led, cố định và di động...) thực hiện theo quy chuẩn quốc gia.

3/ Chọn lựa đưa vào quy hoạch các vị trí cổ động chính trị và quảng cáo thương mại đặc biệt có đầu tư của nhà nước một phần và xã hội hóa một phần hoặc toàn phần. Các vị trí này có chú ý đến tính đặc thù về kích thước, công nghệ, thẩm mỹ, an toàn và nội dung phù hợp, có ưu tiên cho quảng bá hàng Việt.

- Các vị trí này sẽ thực hiện nghiêm quy định pháp luật hiện hành về đấu thầu.

Tại các trọng điểm quảng cáo khác, các vị trí trung tâm chính trị xã hội của Thành phố do Ủy ban nhân dân Thành phố chọn và phê duyệt quy hoạch sẽ có thỏa thuận giữa cá nhân, doanh nghiệp với nhà nước về phương thức hoạt động của các bảng thông tin kinh tế, chính trị, thương mại liên quan đến thời lượng dành cho cổ động chính trị hàng năm.

- Các đợt cổ động chính trị lớn trong năm vào các tháng: tháng 2, tháng 4, tháng 9 và tháng 12, đồng thời thực hiện các sự kiện lớn của Thành phố khi có sự chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố. Thời gian thực hiện mỗi đợt theo thông lệ là 15 ngày (mười lăm ngày), thời gian còn lại quảng cáo thương mại các sản phẩm phù hợp.

6. Biển hiệu của tổ chức, cá nhân hoạt động sản xuất, kinh doanh

a) Hình thức, vị trí và nội dung của biển hiệu

- Hình thức:

Tổ chức, các nhân hoạt động sản xuất kinh doanh đang hoạt động trên địa bàn Thành phố phải có biển hiệu rõ ràng, đúng nội dung quy định, an toàn về phòng cháy chữa cháy và điện, đảm bảo mỹ quan đô thị.

- Cách đặt lôgô, biểu tượng.

Trên biển hiệu được thể hiện lôgô, biểu tượng đã đăng ký với cơ quan có thẩm quyền, diện tích lôgô, biểu tượng không quá 20% diện tích biển hiệu;

Không được thể hiện thông tin, hình ảnh quảng cáo cho bất cứ loại hàng hóa, dịch vụ nào khác với lôgô, biểu tượng đã đăng ký.

- Màu sắc.

Nền và chữ thể hiện trên biển hiệu được sử dụng các màu khác nhau, nhưng phải đảm bảo sự tương quan, hài hòa về màu sắc, ánh sáng.

- Vị trí:

Biển hiệu chỉ được đặt sát cổng, hoặc mặt trước của trụ sở hoặc nơi kinh doanh của tổ chức, cá nhân;

Biển hiệu phải đảm bảo tính trang nghiêm và phù hợp với kiến trúc của công trình; không được che chắn cửa sổ, lối đi, không gian thoát hiểm chữa cháy; cứu nạn, cứu hộ; đảm bảo điều kiện ngăn cháy, không được lấn vỉa hè, lòng đường, ảnh hưởng đến giao thông công cộng. Không vượt quá phạm vi diện tích khu vực và không gian được quyền sử dụng phải có sự thỏa thuận của người sở hữu vị trí lắp đặt;

Doanh nghiệp và cá nhân chịu trách nhiệm về an toàn phòng cháy chữa cháy, việc lắp đặt đèn chiếu sáng và đèn trang trí trên bảng hiệu.

Việc đặt biển hiệu phải tuân thủ các quy định Luật Quảng cáo và quy chuẩn kỹ thuật do cơ quan có thẩm quyền ban hành.[46]

- Nội dung:

Tên cơ quan chủ quản trực tiếp (nếu có); tên cơ sở sản xuất kinh doanh theo đúng giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; địa chỉ, điện thoại, email.

[46] Chương 6 - Điều 23 - Nghị định số 103/2009/NĐ-CP ngày 06 tháng 11 năm 2009 của Chính phủ về quy chế Hoạt động văn hóa và kinh doanh dịch vụ văn hóa công cộng

Tên và các thông tin ngành nghề kinh doanh trên biển hiệu phải thể hiện bằng tiếng Việt.

Trong trường hợp muốn thể hiện tên viết tắt, tên giao dịch quốc tế và các thông tin khác bằng tiếng nước ngoài thì khổ chữ nước ngoài không được quá ba phần tư khổ chữ tiếng Việt Nam và phải đặt bên dưới chữ tiếng Việt Nam.

b) Kích thước

- Đối với biển hiệu ngang thì chiều cao tối đa là 02 (hai) mét, chiều dài không vượt quá chiều ngang mặt tiền nhà;

- Đối với biển hiệu dọc thì chiều ngang tối đa là 01 (một) mét, chiều cao tối đa là 04 (bốn) mét nhưng không vượt quá chiều cao của tầng nhà nơi đặt biển hiệu[47]

III. HẠ TẦNG KỸ THUẬT- ĐIỀU KIỆN THÔNG BÁO QUẢNG CÁO VÀ CẤP PHÉP DỰNG BẢNG QUẢNG CÁO:

1. Điều kiện đăng ký quảng cáo [48]

1.1. Quảng cáo về hoạt động kinh doanh hàng hóa phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

1.2. Quảng cáo cho các loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phải có các tài liệu chứng minh về sự hợp chuẩn, hợp quy của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ theo quy định của pháp luật.

1.3. Quảng cáo tài sản mà pháp luật quy định tài sản đó phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng thì phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng tài sản.

1.4. Quảng cáo cho sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt phải đảm bảo các điều kiện sau đây và những quy định mới nhất trong Thông tư hướng dẫn 09/2015/TT-BYT ban hành ngày 25/5/2015:

1.4.1. Quảng cáo thuốc được phép quảng cáo theo quy định của pháp luật về y tế; phải có giấy phép lưu hành tại Việt Nam đang còn hiệu lực và tờ hướng dẫn sử dụng do Bộ Y tế phê duyệt;

1.4.2. Quảng cáo mỹ phẩm phải có phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm theo quy định của pháp luật về y tế;

1.4.3. Quảng cáo hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn trong lĩnh vực gia dụng và y tế phải có giấy chứng nhận đăng ký lưu hành do Bộ Y tế cấp;

1.4.4. Quảng cáo sữa dùng cho trẻ dưới 24 tháng tuổi, sản phẩm dinh dưỡng bổ sung dùng cho trẻ dưới 06 tháng tuổi phải có giấy chứng nhận tiêu chuẩn, giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm đối với sản phẩm dinh dưỡng sản xuất trong nước; đối với sản phẩm dinh dưỡng nhập khẩu thì phải có giấy

[47] Mục 4, điều 34, khoản 3 – Luật số 16 – Luật quảng cáo
[48] Điều 20– Luật Quảng cáo

chứng nhận chất lượng sản phẩm của cơ quan có thẩm quyền của nước sản xuất và giấy phép lưu hành;

1.4.5. Quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm phải có giấy chứng nhận đăng ký chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm thuộc danh mục phải đăng ký chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm hoặc giấy tiếp nhận hồ sơ công bố tiêu chuẩn của cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm thuộc danh mục phải công bố tiêu chuẩn;

1.4.6. Quảng cáo dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh phải có giấy chứng nhận đủ tiêu chuẩn hành nghề do ngành y tế cấp theo quy định của pháp luật;

1.4.7. Quảng cáo trang thiết bị y tế phải có giấy phép lưu hành đối với thiết bị y tế sản xuất trong nước hoặc giấy phép nhập khẩu đối với thiết bị y tế nhập khẩu;

1.4.8. Quảng cáo thuốc bảo vệ thực vật, nguyên liệu thuốc bảo vệ thực vật, vật tư bảo vệ thực vật phải có giấy chứng nhận đăng ký thuốc bảo vệ thực vật. Quảng cáo sinh vật có ích dùng trong bảo vệ thực vật phải có giấy phép kiểm định thực vật do Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cấp;

1.4.9. Quảng cáo thuốc thú y, vật tư thú y phải có giấy lưu hành sản phẩm và bản tóm tắt đặc tính của sản phẩm;

1.4.10. Quảng cáo phân bón, chế phẩm sinh học phục vụ trồng trọt, thức ăn chăn nuôi, chế phẩm sinh học phục vụ chăn nuôi phải có giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm hoặc văn bản tự công bố chất lượng sản phẩm.

2. Điều kiện để sử dụng các phương tiện quảng cáo[49]

2.1. Đối với phương tiện quảng cáo thuộc sở hữu nhà nước: xe buýt, nhà chờ xe buýt, trụ chiếu sáng, đất do Nhà nước trực tiếp quản lý... phải thực hiện tổ chức đấu thầu vị trí quảng cáo theo quy định;

2.2. Đối với phương tiện quảng cáo thuộc sở hữu tư nhân: Phải có địa chỉ cụ thể làm căn cứ pháp lý cho công tác quản lý Nhà nước cũng như cho các hợp đồng dân sự giữa các bên liên quan; nghĩa vụ thuế của chủ sở hữu địa chỉ được quy hoạch.

2.3. Trách nhiệm và quyền lợi các hộ gia đình có vị trí nằm trong quy hoạch quảng cáo: [50]

- Lựa chọn người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo.

- Chịu trách nhiệm về căn cứ pháp lý của việc cho thuê địa điểm quảng cáo, phương tiện quảng cáo và an toàn của phương tiện quảng cáo; thực hiện đúng các nghĩa vụ trong hợp đồng cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo đã ký kết.

- Liên đới chịu trách nhiệm trong trường hợp lắp, dựng công trình quảng cáo không đúng với giấy phép xây dựng hoặc chưa được cấp giấy phép xây dựng.

[49] Chương II, điều 15 – Luật quảng cáo
[50] Khoản 1,2,3,4 – Điều 15 – Luật Quảng cáo

- Thực hiện quyền và nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

2.4 Đối với các tổ chức cho thuê phương tiện quảng cáo:

2.4.1 Chịu trách nhiệm về căn cứ pháp lý của việc cho thuê địa điểm quảng cáo, phương tiện quảng cáo; chất lượng và an toàn của phương tiện quảng cáo; thực hiện đúng các nghĩa vụ trong hợp đồng cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo đã ký kết;

2.4.2 Được khiếu nại, tố cáo và được người gây thiệt hại bồi thường theo quy định của pháp luật;

2.4.3 Bồi thường thiệt hại và thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

3. Hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo[51]

3.1. Hình thức, phương tiện, nội dung cấm quảng cáo

3.1.1. Quảng cáo những sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo;

3.1.2. Quảng cáo làm tiết lộ bí mật nhà nước, phương hại đến độc lập, chủ quyền quốc gia, an ninh, quốc phòng;

3.1.3. Quảng cáo thiếu thẩm mỹ, trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục Việt Nam;

3.1.4. Quảng cáo làm ảnh hưởng đến mỹ quan đô thị, trật tự an toàn giao thông, an toàn xã hội;

3.1.5. Quảng cáo gây ảnh hưởng xấu đến sự tôn nghiêm đối với Quốc kỳ, Quốc huy, Quốc ca, Đảng kỳ, Anh hùng dân tộc, danh nhân văn hóa, lãnh tụ, lãnh đạo Đảng, Nhà nước;

3.1.6. Quảng cáo có tính chất kỳ thị dân tộc, phân biệt chủng tộc, xâm phạm tự do tín ngưỡng, tôn giáo, định kiến về giới, về người khuyết tật;

3.1.7. Quảng cáo xúc phạm uy tín, danh dự, nhân phẩm của tổ chức, cá nhân;

3.1.8. Quảng cáo có sử dụng hình ảnh, lời nói, chữ viết của cá nhân khi chưa được cá nhân đó đồng ý, trừ trường hợp được pháp luật cho phép;

3.1.9. Quảng cáo không đúng hoặc gây nhầm lẫn về khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; về số lượng, chất lượng, giá, công dụng, kiểu dáng, bao bì, nhãn hiệu, xuất xứ, chủng loại, phương thức phục vụ, thời hạn bảo hành của sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ đã đăng ký hoặc đã được công bố;

3.1.10. Quảng cáo bằng việc sử dụng phương pháp so sánh trực tiếp về giá cả, chất lượng, hiệu quả sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình với giá cả, chất lượng, hiệu quả sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cùng loại của tổ chức, cá nhân khác;

[51] Điều 8– Luật Quảng cáo

3.1.11. Quảng cáo có sử dụng các từ ngữ "nhất", "duy nhất", "tốt nhất", "số một" hoặc từ ngữ có ý nghĩa tương tự mà không có tài liệu hợp pháp chứng minh theo quy định của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;

3.1.12. Quảng cáo có nội dung cạnh tranh không lành mạnh theo quy định của pháp luật về cạnh tranh;

3.1.13. Quảng cáo vi phạm pháp luật về sở hữu trí tuệ;

3.1.14. Quảng cáo tạo cho trẻ em có suy nghĩ, lời nói, hành động trái với đạo đức, thuần phong mỹ tục; gây ảnh hưởng xấu đến sức khỏe, an toàn hoặc sự phát triển bình thường của trẻ em;

3.1.15. Ép buộc cơ quan, tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo hoặc tiếp nhận quảng cáo trái ý muốn;

3.1.16. Treo, đặt, dán, vẽ các sản phẩm quảng cáo trên cột điện, trụ điện, cột tín hiệu giao thông và cây xanh nơi công cộng.

3.2. Sản phẩm, hàng hóa cấm quảng cáo[52]

3.2.1. Hàng hóa, dịch vụ cấm kinh doanh theo quy định của pháp luật.

3.2.2. Thuốc lá.

3.2.3. Rượu có nồng độ cồn từ 15 độ trở lên.

3.2.4. Sản phẩm sữa thay thế sữa mẹ dùng cho trẻ dưới 24 tháng tuổi, sản phẩm dinh dưỡng bổ sung dùng cho trẻ dưới 06 tháng tuổi; bình bú và vú ngậm nhân tạo.

3.2.5. Thuốc kê đơn; thuốc không kê đơn nhưng được cơ quan nhà nước có thẩm quyền khuyến cáo hạn chế sử dụng hoặc sử dụng có sự giám sát của thầy thuốc.

3.2.6. Các loại sản phẩm, hàng hóa có tính chất kích dục.

3.2.7. Súng săn và đạn súng săn, vũ khí thể thao và các loại sản phẩm, hàng hóa có tính chất kích động bạo lực.

3.2.8. Các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo khác do Chính phủ quy định khi có phát sinh trên thực tế.

3.3. Sản phẩm, hàng hóa hạn chế quảng cáo

3.3.1. Bao cao su chỉ được quảng cáo trong chương trình biểu diễn nghệ thuật tuyên truyền phòng chống HIV/AIDS và tuyên truyền cho chương trình sức khỏe, sinh sản;

3.3.2. Băng vệ sinh, thuốc chữa bệnh ngoài da, thuốc tẩy giun sán, dung dịch vệ sinh phụ nữ không quảng cáo trong chương trình biểu diễn nghệ thuật, hoạt động thể thao, vui chơi giải trí; nếu quảng cáo ngoài trời thì chỉ được thực hiện tại khuôn viên trung tâm thương mại, siêu thị;

[52] Điều 7 - Luật số 16 - Luật quảng cáo

3.3.3. Quảng cáo nội y trên ma-nơ-canh chỉ được quảng cáo trong phạm vi cơ sở sản xuất, phía trong các cửa hàng thời trang.

4. Hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn[53]

4.1. Văn bản thông báo sản phẩm quảng cáo ghi rõ nội dung, thời gian, địa điểm quảng cáo, hình thức thực hiện, kích thước, số lượng bảng quảng cáo, băng-rôn (Theo Quyết định số 3666/QĐ-UBND ngày 28 tháng 7 năm 2014 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh).

4.2. Bản sao giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo hoặc giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của người quảng cáo trong trường hợp tự thực hiện quảng cáo.

4.3. Bản sao giấy tờ chứng minh sự hợp chuẩn, hợp quy của sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ theo quy định của pháp luật hoặc giấy tờ chứng minh đủ điều kiện để quảng cáo theo quy định tại Điều 20 của Luật Quảng cáo.

4.4. Bản sao văn bản về việc tổ chức sự kiện của đơn vị tổ chức trong trường hợp quảng cáo cho sự kiện, chính sách xã hội.

4.5. Ma-két sản phẩm quảng cáo in mầu có chữ ký của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo hoặc chữ ký của người quảng cáo trong trường hợp tự thực hiện quảng cáo. Trong trường hợp người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người quảng cáo là tổ chức thì phải có dấu của tổ chức.

4.6. Văn bản chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng bảng quảng cáo; quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng địa điểm quảng cáo đối với băng-rôn.

4.7. Bản phối cảnh vị trí đặt bảng quảng cáo.

4.8. Bản sao giấy phép xây dựng công trình quảng cáo đối với loại bảng quảng cáo phải có giấy phép xây dựng theo quy định tại Khoản 2, Điều 31 của Luật Quảng cáo.

5. Trình tự thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn[54]

5.1. Tổ chức, cá nhân có nhu cầu thực hiện quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn phải gửi hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đến cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của Thành phố (Sở Văn hóa và Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh) trước khi thực hiện quảng cáo 15 ngày.

5.2. Trong thời hạn 05 ngày làm việc, kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương xác nhận về việc nhận hồ sơ, nếu không có ý kiến trả lời thì tổ chức, cá nhân được thực hiện sản phẩm quảng cáo đã thông báo. Trong trường hợp cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của Thành phố không đồng ý, phải trả lời bằng văn bản và nêu rõ lý do.

[53] Khoản 1,2,3,4,5,6,7,8 – Điều 29 – Luật quảng cáo
[54] Khoản 1,2 – Điều 30 – Luật Quảng cáo

6. Cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo[55]

6.1. Việc xây dựng màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời, biển hiệu bảng quảng cáo độc lập hoặc gắn vào công trình xây dựng có trước phải tuân theo quy định của Luật Quảng cáo, Luật Xây dựng, quy định khác của pháp luật có liên quan và quy hoạch quảng cáo ngoài trời đã được phê duyệt của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh;

6.2. Việc xây dựng màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời phải đảm bảo an toàn và an ninh thông tin khi lắp đặt. Biển hiệu, bảng quảng cáo độc lập hoặc gắn vào công trình xây dựng có sẵn phải xin giấy phép xây dựng của cơ quan có thẩm quyền về xây dựng của quận, huyện trong những trường hợp sau đây:

6.2.1. Xây dựng màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời có diện tích một mặt từ 20 mét vuông (m^2) trở lên; Không dùng âm thanh. An toàn và an ninh thông tin được qui định bởi:

- Độ sáng không ảnh hưởng đến an toàn giao thông.

- Nội dung quảng cáo chỉ được sử dụng thẻ nhớ off line.

6.2.2. Xây dựng biển hiệu, bảng quảng cáo có diện tích một mặt trên 20 mét vuông (m^2) kết cấu khung kim loại hoặc vật liệu xây dựng tương tự gắn vào công trình xây dựng có sẵn;

6.2.3. Bảng quảng cáo đứng độc lập có diện tích một mặt từ 40 mét vuông (m^2) trở lên.

6.3. Hồ sơ đề nghị cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo gồm: [56]

6.3.1. Đơn đề nghị cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo (theo quy định tại Phụ lục số 1 Thông tư số 15/2016/TT/BXD ngày 30/6/2016 của Bộ Xây dựng);

6.3.2. Bản sao giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của tổ chức, cá nhân đề nghị cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo;

Giấy tờ chứng minh về quyền sử dụng đất theo quy định của pháp luật về đất đai:

6.3.3. Bản sao có chứng thực một trong những loại giấy tờ sau: giấy chứng nhận quyền sử dụng đất; văn bản thoả thuận hoặc hợp đồng thuê đất theo quy định của pháp luật về đất đai đối với công trình quảng cáo đứng độc lập; hợp đồng thuê địa điểm giữa chủ đầu tư xây dựng công trình quảng cáo với chủ sở hữu hoặc chủ sử dụng hợp pháp đối với công trình quảng cáo gắn với công trình xây dựng có sẵn hoặc văn bản thông báo kết quả trúng thầu đối với trường hợp địa điểm quảng cáo trong quy hoạch phải tổ chức đấu thầu;

[55] Khoản 1,2,3,4 – Điều 31 – Luật Quảng cáo
[56] Khoản 1,2,3,4 – Điều 31 – Luật Quảng cáo

6.3.4. Trường hợp công trình quảng cáo gắn với công trình đã có trước phải có văn bản thoả thuận hoặc hợp đồng của chủ đầu tư xây dựng công trình quảng cáo với chủ sở hữu hoặc người được giao quyền quản lý công trình đã có trước;

6.3.5. Trường hợp đối với công trình xây dựng tại khu vực không thuộc nhóm đất có mục đích sử dụng cho xây dựng, không chuyển đổi được mục đích sử dụng đất thì nộp bản sao hoặc tệp tin chứa bản chụp chính văn bản chấp thuận về địa điểm xây dựng của Ủy ban Nhân dân cấp quận - huyện

- Bản sao quyết định phê duyệt dự án, quyết định đầu tư.

- Về bản vẽ thiết kế: Hai bộ bản vẽ thiết kế kỹ thuật hoặc thiết kế bản vẽ thi công được phê duyệt theo quy định về pháp luật xây dựng do tổ chức thiết kế hợp pháp thể hiện có chữ ký và đóng dấu của chủ đầu tư xây dựng công trình quảng cáo, bao gồm:

+ Đối với trường hợp công trình xây dựng mới: Sơ đồ vị trí công trình tỷ lệ 1/50 – đến 1/500, bản vẽ mặt cắt móng và mặt cắt công trình tỉ lệ 1/50, bản vẽ các mặt đứng chính công trình tỷ lệ 1/50 – 1/200;

+ Đối với trường hợp bảng quảng cáo được gắn vào công trình đã được xây dựng hợp pháp: Bản vẽ kết cấu của bộ phận công trình tại vị trí gắn biển quảng cáo tỷ lệ 1/50, bản vẽ các mặt đứng công trình có gắn biển quảng cáo tỷ lệ 1/50 đến 1/100, trường hợp công trình quảng cáo gắn vào công trình đã có trước thì bản vẽ thiết kế phải thể hiện được giải pháp liên kết công trình quảng cáo vào công trình đã có trước.

- Bản kê khai năng lực, kinh nghiệm của tổ chức thiết kế, cá nhân là chủ nhiệm, chủ trì thiết kế xây dựng, kèm theo bản sao chứng chỉ hành nghề của chủ nhiệm, chủ trì thiết kế.

- Bản sao giấy phép hoặc văn bản chấp thuận về sự cần thiết xây dựng và quy mô công trình của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về quảng cáo.

7. Quảng cáo có yếu tố nước ngoài

7.1. Quảng cáo của tổ chức, cá nhân nước ngoài tại Việt Nam.[57]

7.1.1. Tổ chức, cá nhân nước ngoài hoạt động tại Việt Nam được quảng cáo về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và hoạt động của mình tại Việt Nam theo quy định của Luật này.

7.1.2. Tổ chức, cá nhân nước ngoài không hoạt động tại Việt Nam có nhu cầu quảng cáo về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và hoạt động của mình tại Việt Nam phải thuê người kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam thực hiện.

7.2. Hợp tác, đầu tư với nước ngoài trong hoạt động quảng cáo.[58]

7.2.1. Tổ chức, cá nhân nước ngoài được hợp tác, đầu tư với người kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam theo hình thức liên doanh và hợp đồng hợp tác kinh doanh.

[57] Khoản 1,2 – Điều 39 – Luật Quảng cáo
[58] Khoản 1,2 – Điều 40 – Luật Quảng cáo

7.2.2. Việc hợp tác, đầu tư nước ngoài trong hoạt động quảng cáo phải tuân theo các quy định pháp luật về đầu tư.

7.3. Văn phòng đại diện của doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài tại Việt Nam.[59]

7.3.1. Doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài được phép thành lập văn phòng đại diện tại Việt Nam.

7.3.2. Văn phòng đại diện chỉ được hoạt động khi có giấy phép của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh.

7.3.3. Văn phòng đại diện chỉ được xúc tiến quảng cáo, không được trực tiếp kinh doanh dịch vụ quảng cáo.

7.3.4. Hồ sơ, trình tự, thủ tục cấp phép thành lập văn phòng đại diện của doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài tại Việt Nam theo quy định của Chính phủ.

PHẦN V
NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

I. NHIỆM VỤ

1. Nhiệm vụ chung

1.1. Đảm bảo thực hiện đúng quy cách, diện tích, vị trí của các phương tiện quảng cáo ngoài trời: trong yêu cầu chữ viết, đặt bảng hiệu tại trụ sở cơ quan, đơn vị, của các tổ chức, cá nhân hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ... Đưa hoạt động quảng cáo đi vào nề nếp;

1.2. Ứng dụng công nghệ thông tin trong quy hoạch và quản lý hoạt động quảng cáo nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và công khai minh bạch trong quy hoạch, góp phần thực hiện đạt kết quả các mục tiêu đề ra;

1.3. Thực hiện đấu thầu vị trí quy hoạch quảng cáo là đất được Sở Giao thông vận tải hoặc các cơ quan nhà nước thành phố, quận, huyện trực tiếp quản lý

1.4. Tổ chức thanh tra, kiểm tra thực hiện chức năng quản lý nhà nước về quảng cáo.

2. Nhiệm vụ cụ thể

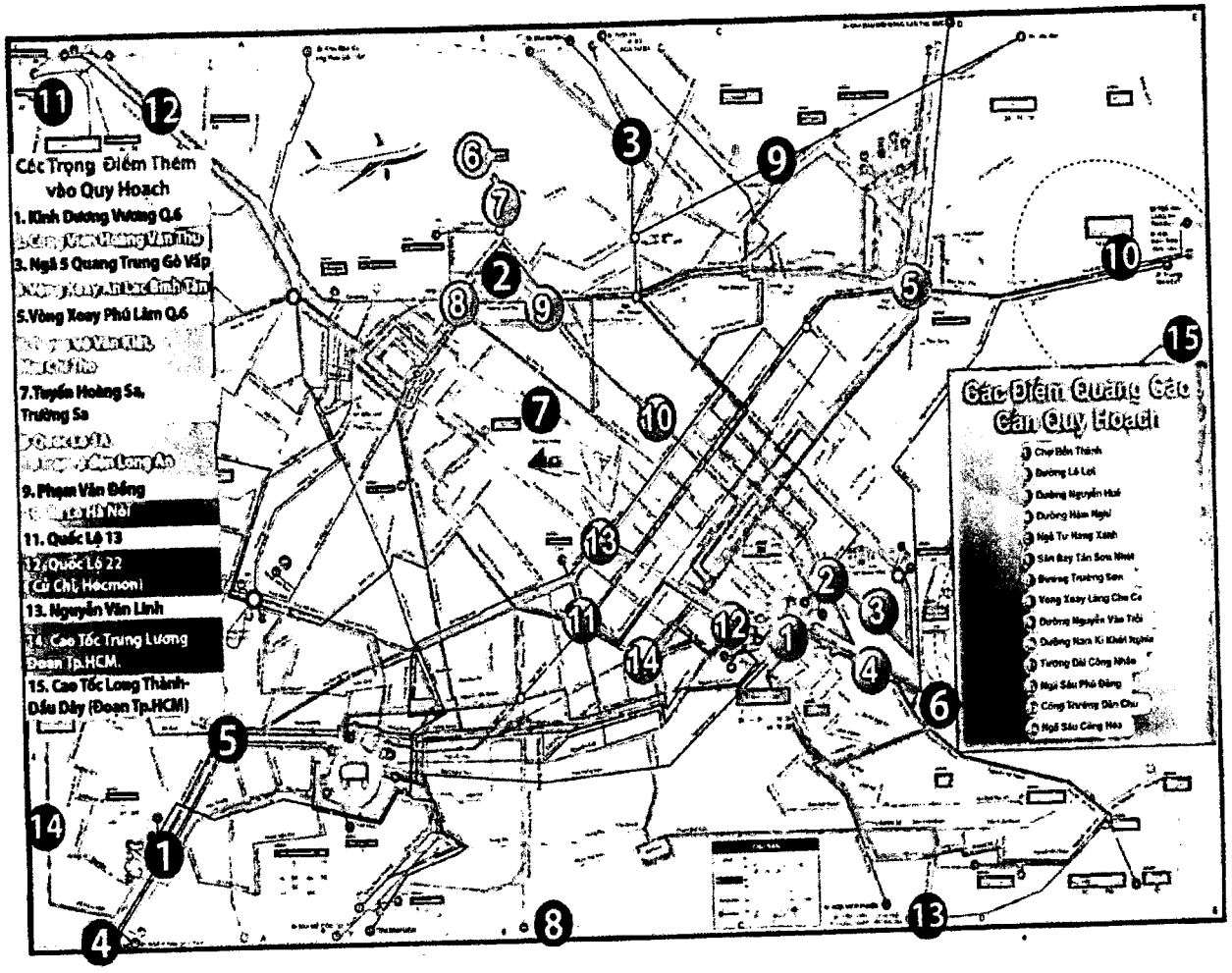
2.1. Hoàn chỉnh bản đồ quy hoạch hoạt động quảng cáo trên địa bàn 24 quận, huyện và các khu vực trọng điểm của Thành phố đến năm 2030.

2.2. Tập trung khảo sát, nghiên cứu hiện trạng, rà soát, điều chỉnh quy hoạch của các quận trung tâm, các tuyến đường giáp ranh quận huyện và các cửa ngõ đi vào Thành phố, đặc biệt là các khu vực trọng điểm quảng cáo;

Chọn thí điểm các trọng điểm quảng cáo và các tuyến đường thực hiện công nghệ mới cho hoạt động quảng cáo ngoài trời mang tính thẩm mỹ và giá trị văn hóa cao.

[59] Khoản 1,2,3,4 – Điều 41 – Luật Quảng cáo

BẢN ĐỒ QUY HOẠCH VỊ TRÍ CỔ ĐỘNG CHÍNH TRỊ VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TẠI MỘT SỐ VỊ TRÍ TRỌNG ĐIỂM GIAI ĐOẠN 2014-2015, GIAI ĐOẠN 2015-2020, TẦM NHÌN ĐẾN 2025



2.3. Áp dụng công nghệ 3D (dựng phối cảnh theo quy định của Nghị định 181/2013/NĐ-CP) quy hoạch quảng cáo ngoài trời các khu vực trọng điểm của Thành phố phục vụ công tác phê duyệt và công khai quy hoạch trên các trang mạng;

2.4. Lập lại trật tự trên lĩnh vực quảng cáo ngoài trời. Căn cứ Quyết định phê duyệt quy hoạch quảng cáo ngoài trời của Ủy ban nhân dân Thành phố, thống kê bảng quảng cáo hết hạn, trái phép, không nằm trong quy hoạch đang tồn tại trên địa bàn Thành phố để xử lý đúng quy định pháp luật;

2.5. Chấn chỉnh việc viết và đặt biển hiệu;

2.6. Chấn chỉnh quảng cáo rao vặt.

II. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Công bố rộng rãi đến các tổ chức và công dân biết, thực hiện đúng Luật Quảng cáo và quy hoạch quảng cáo của Thành phố.

2. Tập trung tuyên truyền, phổ biến các quy định pháp luật về quảng cáo và các quy định pháp luật có liên quan sâu rộng trong nhân dân và các doanh nghiệp quảng cáo để mọi người được biết, tự giác thực hiện và chấp hành sự kiểm tra giám sát;

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Lộ trình thực hiện

1.1. Giai đoạn 1 (2017 - 2020)

- Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt Dự án Quy hoạch hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030

- Xử lý theo quy định pháp luật những sai phạm trong việc viết và đặt biển hiệu trên địa bàn thành phố.

- Tập huấn nội dung Dự án Quy hoạch hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt, Luật Quảng cáo và các quy định pháp luật có liên quan đến cán bộ, công chức sở, ngành liên quan, 24 quận, huyện, hiệp hội, cá nhân, doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo.

- Thông báo đến chủ sở hữu công trình quảng cáo về trách nhiệm khảo sát kỹ thuật, báo cáo về hiện trạng công trình quảng cáo cho cơ quan quản lý tại địa phương;

- Thông báo đến các chủ sở hữu công trình quảng cáo về tình trạng sai quy chuẩn của công trình quảng cáo và yêu cầu các tổ chức, cá nhân vi phạm quy chuẩn trong lĩnh vực quảng cáo tự thực hiện các hình thức khắc phục: sửa chữa, dỡ bỏ hoặc chỉ được tồn tại theo thời hạn ghi trong thông báo của Sở Văn hóa và Thể thao;

- Tổng hợp các đề xuất quy hoạch của 24 quận, huyện, hệ thống các tuyến đường, vòng xoay, các trọng điểm quảng cáo, điều chỉnh các khu vực giáp ranh, chồng lấn, các vị trí còn vi phạm các quy định quảng cáo;

- Triển khai thực hiện đồng bộ hoạt động quảng cáo ngoài trời tại các thí điểm quảng cáo đã được phê duyệt.

- Công khai Quy hoạch quảng cáo vị trí ngoài trời được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt trên các phương tiện truyền thông. Ủy ban nhân dân quận, huyện tạo điều kiện cho các doanh nghiệp quảng cáo tiếp cận quy hoạch và các quy định pháp luật có liên quan;

- Lập Hội đồng tư vấn đấu thầu vị trí quảng cáo

- Triển khai công tác cấp phép vị trí quảng cáo ngoài trời 24 quận, huyện và các khu vực trọng điểm của thành phố được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt;

- Các doanh nghiệp có bảng quảng cáo nằm trong vị trí đã được phê duyệt quy hoạch liên hệ với Ủy ban nhân dân quận, huyện tiến hành thủ tục xin cấp phép xây dựng theo quy định của Luật Quảng cáo;

- Tiến hành cưỡng chế tháo dỡ các bảng quảng cáo ngoài trời không nằm trong quy hoạch quảng cáo được phê duyệt;

- Chấn chỉnh nội dung quảng cáo trên các phương tiện quảng cáo;

- Có giải pháp tổ chức thí điểm hoạt động quảng cáo rao vặt;

- Tập trung quản lý, phát triển quảng cáo ngoài trời theo quy hoạch, tăng cường công tác giáo dục, tuyên truyền, công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý để cuối năm 2017 lĩnh vực quảng cáo và biển hiệu trên địa bàn thành phố chuyển biến cơ bản, tích cực;

- Tiếp tục thực hiện quy hoạch đồng bộ tại các trục lộ, trọng điểm quảng cáo và các khu dân cư mới phát triển.

- Bổ sung quy hoạch quảng cáo tại các khu đô thị mới, các tuyến giao thông mới, các tuyến đường sắt đô thị.

- Ưu tiên sử dụng các công nghệ mới về quảng cáo tại các khu vực thí điểm, trọng điểm; nhất là Khu đô thị mới Thủ Thiêm; Khu Nam Sài Gòn và các khu trung tâm đô thị mới.

- Không cho phép sử dụng vật liệu tôn tráng kẽm làm mặt bảng quảng cáo ngoài trời tại khu vực nội thành Thành phố Hồ chí Minh. Chỉ sử dụng công nghệ chân trụ cho bảng quảng cáo độc lập, không dựng chân trụ bảng bằng thép hình.

- Ứng dụng các phương tiện quảng cáo tiên tiến để đáp ứng nhu cầu thông tin quảng cáo góp phần thu hẹp diện tích đất và không gian dành cho quảng cáo, hạn chế che khuất vẻ đẹp kiến trúc của các công trình;

1.2. Giai đoạn 2 (2021 - 2025)

- Chuẩn hóa các phương tiện quảng cáo trên các tuyến giao thông mới và các khu đô thị mới; đặc biệt là quảng cáo trong các công trình ngầm của thành phố, tuyến đường sắt đô thị.

- Hoàn thiện kết nối phát triển đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời với các khu vực mở rộng đô thị và các đô thị vệ tinh, các tỉnh, thành giáp ranh; chú ý kết nối trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam;

- Chuẩn hóa công nghệ hiện đại các bảng cổ động chính trị ngoài trời, tạo mỹ quan đô thị đồng bộ;

- Kết hợp quảng cáo đèn với ánh sáng nghệ thuật tại các khu vực trung tâm, tạo mỹ quan đô thị về đêm; phê duyệt màu sắc và đường nét của toàn bộ hình thức quảng cáo bằng ánh sáng vào ban đêm nhằm tăng vẻ mỹ quan về đêm của bộ mặt đô thị; Kết hợp khai thác, quản lý bóng tối bằng hình thức quảng cáo đèn cùng với chiếu sáng nghệ thuật tại các khu vực trung tâm, tạo mỹ quan đô thị về đêm.

- Bắt đầu thực hiện bổ sung quy hoạch theo định kỳ 2 năm/lần

- Từ thực tiễn nghiên cứu bổ sung, rà soát phân loại các khu vực quảng cáo theo yêu cầu nhằm nâng cao chất lượng phương tiện, vật liệu quảng cáo thống nhất theo phân loại các khu vực khác nhau, tạo mỹ quan cho toàn bộ Thành phố

+ Các vị trí có tầm ảnh hưởng và giá trị kinh tế đặc biệt quan trọng.

+ Các vị trí yêu cầu công nghệ quảng cáo hiện đại kết hợp cổ động chính trị.

+ Các vị trí có giá trị về tổ chức sự kiện của Thành phố.

+ Các vị trí quảng cáo trọng điểm, khu vực trung tâm Thành phố.

+ Các vị trí theo các tuyến đường, trục lộ giao thông quan trọng.

+ Các vị trí quảng cáo thông thường khác…

1.3. Giai đoạn 3 (2026 – 2030)

Đây là giai đoạn thành phố đã hoàn thành đề án quy hoạch Thành phố giai đoạn 2025 và đưa vào hoạt động các trung tâm mới của thành phố: Vùng phát triển TP sẽ gồm 13 quận nội thành hiện hữu và 6 quận mới, thị trấn thuộc huyện, các đô thị phát triển. Tổng diện tích khu này khoảng 49.400ha. Tại 6 quận mới sẽ đầu tư xây dựng các đô thị có quy mô hiện đại, đồng bộ về hạ tầng xã hội và kỹ thuật đô thị.

- 19 cầu đường bộ vượt qua các sông Đồng Nai, Sài Gòn, Nhà Bè, Lòng Tàu, Thị Vải, trong đó có cầu nối từ Bình Quới - Thanh Đa (Bình Thạnh) sang Hiệp Bình Chánh (Thủ Đức) sẽ được xây dựng.

- Ba tuyến đường sắt đô thị như xe điện chạy trên mặt đất, đường sắt một ray tự động trên cao, phát triển hệ thống các nhà ga đường sắt đô thị, đặc biệt là các ga ngầm đáp ứng vận tải hàng hóa và hành khách...

Giai đoạn này thực hiện kéo dãn mật độ quảng cáo ngoài trời khu trung tâm hiện hữu, hình thành ít nhất là 4 đến 6 khu trung tâm đô thị mới quy hoạch quảng cáo phục vụ cổ động chính trị và quảng cáo thương mại, rút kinh nghiệm quản lý quy hoạch 10 năm khu trung tâm cũ.

Hoàn chỉnh hệ thống quảng cáo toàn Tuyến đường sắt số 1, rút kinh nghiệm triển khai qui hoạch đồng bộ các tuyến đường sắt trên cao còn lại, hệ thống ga ngầm, hệ thống bến bãi... đặc biệt là quy hoạch hoàn thiện quảng cáo đường sông dọc tuyến vận tải sông và du lịch đường sông đã hoàn thành và đưa vào hoạt động.

Hình thành cơ quan chuyên trách dịch vụ công phục vụ dịch vụ quảng cáo ngoài trời theo quy hoạch có thu phí, đảm nhiệm chi cho nhu cầu cổ động chính trị và thông tin công cộng kể cả phục vụ thông tin du lịch cho du khách. Đảm nhiệm thu ngân sách cho thành phố về dịch vụ quảng cáo và phí chiếm dụng khoảng không, phí sử dụng bóng tối.

2. Trách nhiệm quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo:

1. Sở Văn hóa và Thể thao:

Sở Văn hóa và Thể thao là đơn vị chủ trì và phối hợp với các sở, ngành chịu trách nhiệm trước Ủy ban nhân dân Thành phố việc quản lý hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố. Thực hiện chức năng quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, có nhiệm vụ và quyền hạn sau:

2.1. Căn cứ Quyết định số 34/2015/QĐ-UBND ngày 10/7/2015 của Ủy ban Nhân dân Thành phố, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo, trình Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt.

2.2. Tham mưu trình Ủy ban nhân dân Thành phố cho phép lắp đặt màn hình điện tử theo quy hoạch đã được phê duyệt ở các khu vực trọng điểm.

2.3. Thẩm định, tham mưu, đề xuất Ủy ban nhân dân Thành phố đối với việc quảng cáo ở các khu vực trung tâm và các nội dung quảng cáo mới phát sinh, vượt thẩm quyền.

2.4. Tổ chức thực hiện công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực cho hoạt động quảng cáo. Đầu tư trang thiết bị chuyên dụng quản lý việc thực hiện Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời tại Thành phố Hồ Chí Minh.

2.5. Xây dựng quy trình, tổ chức tiếp nhận và trả lời hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo theo quy định; gửi văn bản đến Ủy ban nhân dân và Phòng Văn hóa và Thông tin quận, huyện để phối hợp trong công tác kiểm tra và xử lý vi phạm.

2.6. Chỉ đạo Thanh tra Sở thực hiện thanh tra, kiểm tra, phát hiện kịp thời các vi phạm trong hoạt động quảng cáo; xử lý các sai phạm về nội dung quảng cáo theo thẩm quyền; phối hợp với Thanh tra Xây dựng, Thanh tra Giao thông vận tải và Ủy ban nhân dân quận, huyện trong xử lý vi phạm về hoạt động quảng cáo.

2.7. Hướng dẫn Phòng Văn hóa và Thông tin quận, huyện về công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo tại địa phương.

2.8. Chủ trì phối hợp với các cơ quan chức năng và chính quyền địa phương tổ chức thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm theo thẩm quyền.

2.9. Báo cáo định kỳ với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Ủy ban nhân dân Thành phố về công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố.

2.10. Giúp Ủy ban nhân dân Thành phố báo cáo định kỳ cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch việc quản lý hoạt động quảng cáo trên địa bàn

2.11. Thực hiện nhiệm vụ khác theo quy định của pháp luật.

3. Sở Giao thông vận tải

Sở Giao thông vận tải trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở ngành liên quan và Ủy ban nhân dân quận, huyện, thị xã quản lý về các hoạt động:

3.1. Thỏa thuận bằng văn bản về địa điểm lắp đặt giá treo băng rôn dọc tại thân cột đèn chiếu sáng công cộng; bảng quảng cáo tại các địa điểm trên các tuyến phố, vỉa hè, đường thuộc thẩm quyền quản lý của Sở.

3.2. Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao trong việc xây dựng, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố và quy hoạch các vị trí đặt bảng quảng cáo, hộp đèn, trạm thông tin xe buýt, du lịch, nhà chờ, trụ đón trả khách đi xe buýt.

3.3. Thỏa thuận bằng văn bản về địa điểm lắp dựng bảng quảng cáo tấm lớn, quảng cáo tại dải phân cách, cầu vượt, đường hầm dành cho người đi bộ, nhà chờ xe buýt, nhà ga,bến bãi... và các địa điểm khác trên các tuyến đường, phố, đường thủy, đường sắt thuộc quyền quản lý của Sở theo quy định quản lý chuyên ngành đồng thời tham mưu giúp Ủy ban nhân dân Thành phố tổ chức đấu thầu các địa điểm quảng cáo theo quy hoạch.

3.4. Chỉ đạo Thanh tra Sở tiến hành thanh tra, kiểm tra, xử lý sai phạm về quy định chuyên ngành giao thông vận tải đối với bảng quảng cáo theo thẩm quyền.

4. Sở Thông tin và Truyền thông

Sở Thông tin và Truyền thông trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm sau đây:

4.1. Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao thẩm định, tham mưu đối với các đề nghị lắp đặt màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời và trong công tác quản lý hoạt động quảng cáo; tuyên truyền, phổ biến pháp luật về hoạt động quảng cáo.

4.1. Chỉ đạo thanh tra Sở, thanh tra, kiểm tra việc chấp hành pháp luật trong hoạt động quảng cáo.

5. Sở Xây dựng

Sở Xây dựng trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở ngành liên quan và Ủy ban nhân dân quận, huyện quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo:

5.1. Phối hợp xây dựng, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo trên địa bàn thành phố.

5.2. Căn cứ Quy hoạch hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt, có trách nhiệm hướng dẫn các cơ quan thẩm quyền cấp phép xây dựng bảng quảng cáo theo quy định của Luật Xây dựng và Luật Quảng cáo;

5.3. Chỉ đạo Thanh tra Xây dựng tiến hành thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm xây dựng công trình quảng cáo theo quy định của pháp luật về xây dựng.

6. Sở Quy hoạch - Kiến trúc

Sở Quy hoạch - Kiến trúc trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao trong quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo:

6.1. Cung cấp đầy đủ thông tin quy hoạch xây dựng, quy hoạch kiến trúc đô thị và các nội dung liên quan theo yêu cầu của Sở Văn hóa và Thể thao. Phối hợp xây dựng, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo trên địa bàn thành phố.

7. Sở Tài nguyên và Môi trường

Sở Tài nguyên và Môi trường trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở ngành liên quan và Ủy ban nhân dân quận, huyện trong quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo:

7.1. Cung cấp đầy đủ thông tin quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất và các nội dung liên quan theo yêu cầu của Sở Văn hóa và Thể thao. Phối hợp xây dựng, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo trên địa bàn thành phố.

7.2. Tham mưu giúp Ủy ban nhân dân Thành phố tổ chức đấu thầu các vị trí quảng cáo trên đất do nhà nước quản lý theo Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố.

7.4. Chủ trì, phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố cho phép chuyển mục đích tạm sử dụng đất, cho thuê đất để thực hiện công trình quảng cáo tại các vị trí quảng cáo theo Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố.

8. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Sở Kế hoạch và Đầu tư trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở ngành liên quan và Ủy ban nhân dân quận, huyện trong quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo:

8.1. Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao thực hiện các nhiệm vụ được phân công trong công tác xây dựng, qui hoạch quảng cáo ngoài trời theo qui

định tại Quyết định số 34/2015/QĐ-UBND ngày 10/7/2015 của Ủy ban Nhân dân Thành phố.

9. Công an thành phố, Cảnh sát Phòng cháy và chữa cháy thành phố

Có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao xử lý những trường hợp vi phạm pháp luật trong các hoạt động quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện giao thông. Tiến hành thanh tra, kiểm tra, xử lý sai phạm các quy định về an toàn phòng cháy, chữa cháy đối với công trình quảng cáo theo thẩm quyền, phối hợp kiểm tra các điều kiện an toàn phòng cháy chữa cháy trong quá trình thi công, xây dựng các công trình quảng cáo.

10. Sở Công Thương, Sở Y tế, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Sở Công Thương, Sở Y tế, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở ngành liên quan và Ủy ban nhân dân quận, huyện quản lý nhà nước về nội dung quảng cáo đối với các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ thuộc ngành, lĩnh vực được phân công.

10.1. Chỉ đạo Thanh tra Sở tiến hành thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm về quảng cáo trong lĩnh vực theo thẩm quyền.

10.2. Phối hợp với Thanh tra Sở Văn hóa và Thể thao tiến hành thanh tra, kiểm tra, xử lý sai phạm về quy định chuyên ngành đối với nội dung quảng cáo theo thẩm quyền.

11. Các sở, ngành liên quan khác

Các sở, ngành liên quan của Thành phố trong phạm vi, quyền hạn của mình được pháp luật quy định có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao và Ủy ban nhân dân quận, huyện để xây dựng quy hoạch quảng cáo và quản lý hoạt động quảng cáo theo quy định pháp luật.

12. Nhiệm vụ và quyền hạn của Ủy ban nhân dân quận, huyện

Ủy ban nhân dân quận, huyện trong phạm vi, quyền hạn của mình:

12.1. Thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn quận, huyện theo thẩm quyền. Chịu trách nhiệm trước Ủy ban nhân dân Thành phố về các hoạt động quảng cáo trên địa bàn quản lý.

12.2. Tổ chức tuyên truyền, phổ biến Luật Quảng cáo và các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan trên địa bàn quản lý.

12.3. Hướng dẫn và quản lý các cơ sở, trụ sở, địa điểm sản xuất, kinh doanh, dịch vụ tại địa phương thực hiện biển hiệu đúng quy định.

12.4. Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao lập, trình để thẩm định, phê duyệt quy hoạch quảng cáo ngoài trời tại địa phương.

12.5. Thực hiện việc cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo theo quy định của Luật Quảng cáo và các văn bản pháp luật liên quan theo phân cấp.

12.6. Chỉ đạo Phòng Văn hóa và Thông tin và các phòng chức năng có liên quan phối hợp chặt chẽ với phòng chuyên môn, Thanh tra Sở Văn hóa và

Thể thao trong công tác quản lý nhà nước hoạt động quảng cáo trên địa bàn; chỉ đạo các phòng, đơn vị trực thuộc và Ủy ban nhân dân phường - xã, thị trấn tổ chức việc kiểm tra và xử lý sai phạm về hoạt động quảng cáo; tổ chức lực lượng cưỡng chế tháo dỡ các bảng quảng cáo vi phạm trên địa bàn; giải quyết khiếu nại, tố cáo thuộc phạm vi trách nhiệm theo quy định hiện hành.

12.7. Chỉ đạo Ủy ban nhân dân phường - xã, thị trấn thực hiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo trên địa bàn quản lý theo thẩm quyền.

12.8. Báo cáo định kỳ về công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo tại địa phương. Thống kê danh sách, số liệu kèm văn bản thoả thuận về địa điểm, vị trí lắp dựng bảng quảng cáo tấm lớn theo quy hoạch gửi Sở Văn hóa và Thể thao.

13. Ủy ban nhân dân phường - xã, thị trấn:

Ủy ban nhân dân phường - xã, thị trấn trong phạm vi, quyền hạn của mình:

13.1. Chịu trách nhiệm trước Ủy ban nhân dân quận, huyện về các hoạt động quảng cáo trên địa bàn do mình quản lý.

13.2. Hướng dẫn và quản lý các cơ sở, trụ sở, địa điểm sản xuất, kinh doanh, dịch vụ tại địa phương thực hiện biển hiệu đúng quy định.

13.3. Phối hợp với Phòng Văn hóa và Thông tin quận, huyện tổ chức tuyên truyền, phổ biến Luật Quảng cáo và các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan trên địa bàn quản lý.

13.4. Chỉ đạo các đơn vị chức năng của địa phương phối hợp chặt chẽ với Phòng Văn hoá và Thông tin quận, huyện trong công tác quản lý nhà nước hoạt động quảng cáo:

a) Thường xuyên tổ chức việc kiểm tra về hoạt động quảng cáo trên địa bàn; khi phát hiện vi phạm phải kịp thời lập biên bản và xử phạt vi phạm theo thẩm quyền. Đồng thời thông báo đến Phòng Văn hóa và Thông tin quận, huyện để phối hợp xử lý vi phạm. Trường hợp vượt quá thẩm quyền xử phạt Ủy ban nhân dân phường, xã, thị trấn chuyển biên bản vi phạm hành chính kèm theo các tài liệu khác (nếu có) đến cơ quan có thẩm quyền xử phạt để xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật.

b) Tổ chức lực lượng cưỡng chế tháo dỡ các bảng quảng cáo vi phạm trên địa bàn khi có quyết định xử phạt vi phạm hành chính của cấp có thẩm quyền; giải quyết khiếu nại, tố cáo thuộc phạm vi trách nhiệm theo quy định hiện hành.

13.5. Báo cáo định kỳ về công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo tại địa phương; thống kê danh sách, số liệu bảng quảng cáo trên địa bàn quản lý cho Ủy ban nhân dân quận, huyện.

-----/------

ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – tự do – Hạnh phúc

TIÊU CHÍ
XÂY DỰNG, LẮP ĐẶT, THÔNG BÁO SẢN PHẨM QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

I. Điều kiện cơ bản để tổ chức, cá nhân hoạt động quảng cáo ngoài trời

1. Có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh lĩnh vực quảng cáo;

2. Được ủy quyền hợp pháp nội dung quảng cáo;

3. Không được phép quảng cáo các nội dung cấm quảng cáo;

4. Chỉ lắp đặt bảng quảng cáo (hoặc màn hình quảng cáo) tại địa điểm đã được quy hoạch;

5. Đã được cơ quan có thẩm quyền về xây dựng của địa phương cấp phép dựng bảng quảng cáo có diện tích từ 20m2 trở lên đối với bảng ốp tường; diện tích từ 40m2 trở lên đối với bảng cố định đứng độc lập;

6. Chứng minh được quyền sử dụng địa điểm quảng cáo, kể cả loại hình băng rôn;

7. Chỉ được phép quảng cáo sau khi đã thông báo nội dung quảng cáo cho Sở Văn hóa và Thể thao ch đúng danh mục hồ sơ, đúng thời gian theo Luật định;

8. Khi thực hiện sản phẩm quảng cáo ngoài trời phải ghi rõ tên đơn vị, địa chỉ cụ thể của đơn vị thực hiện bên phải hoặc bên dưới sản phẩm quảng cáo.

II. Tiêu chí cho từng loại bảng quảng cáo và các hình thức quảng cáo ngoài trời khác:

Tất cả các phương tiện quảng cáo ngoài trời tuyệt đối tuân thủ áp dụng Quy chuẩn Quốc gia về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời - QCVN 17: 2013/BXD về kết cấu, chất liệu, diện tích, khoảng cách… đồng thời phải tuân thủ quy định về hành lang an toàn giao thông đường bộ, đường thủy, hàng không.

1. Bảng quảng cáo cố định đứng độc lập:

- Gồm móng, cột, kết cấu khung đỡ, mặt bảng, hệ thống chiếu sáng, kiểu dáng phù hợp (một mặt hoặc nhiều mặt)

- Khu vực ngoài đô thị: Diện tích tối đa 200 mét vuông.

- Trong nội thành, nội thị: Diện tích dưới 40 mét vuông

- Trong khuôn viên các khu công nghiệp được phép lắp đặt bảng quảng cáo tấm nhỏ.

Tùy thuộc vào điều kiện thực tế và địa hình cụ thể của khu vực sẽ có quy định riêng (theo mục 2.2.2.1 của Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Phương tiện quảng cáo ngoài trời, mã số QCVN 17: 2013/BXD).

Khoảng cách mỗi bảng được quy định tại Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Phương tiện quảng cáo ngoài trời, mã số QCVN 17: 2013/BXD.

Trong khuôn viên công trình đang xây dựng được lắp đặt hoặc thể hiện quảng cáo tạm thời vào mặt tường rào bao xung quanh công trình, nhưng không được gây ảnh hưởng đến công tác thi công, các hoạt động bình thường của các công trình lân cận và các hoạt động xung quanh khác.

2. Bảng quảng cáo treo, gắn, ốp vào mặt tường bên công trình/nhà ở:

- Gồm kết cấu khung đỡ liên kết với công trình xây dựng có sẵn, mặt bảng, hệ thống chiếu sáng.

- Chiều cao mỗi bảng tối đa 5m, chiều dài không vượt quá giới hạn mặt tường tại vị trí đặt bảng. Số lượng không quá 02 bảng.

- Đối với công trình, nhà ở 4 tầng trở xuống, chiều cao của bảng quảng cáo ốp vào mặt tường bên không được nhô lên quá sàn mái 1,5 mét.

- Đối với công trình, nhà ở 5 tầng trở lên toàn bộ diện tích mặt bảng quảng cáo phải gắn, ốp vào mặt tường bên.

Tùy thuộc vào điều kiện thực tế và địa hình cụ thể của khu vực sẽ có quy định riêng (theo mục 2.2.2.1 của Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Phương tiện quảng cáo ngoài trời, mã số QCVN 17: 2013/BXD).

3. Bảng quảng cáo đặt tại mặt tiền công trình, nhà ở riêng lẻ:

a) Bảng quảng cáo ngang:

Mỗi tầng chỉ được đặt một bảng, chiều cao tối đa 2 m, chiều ngang không được vượt quá giới hạn chiều ngang mặt tiền công trình, nhà ở; mặt ngoài bảng quảng cáo nhô ra khỏi mặt tường công trình, nhà ở tối đa 0,2 m;

Vị trí: ốp sát vào ban công, mép dưới bảng trùng với mép dưới của sàn ban công hoặc mái hiên.

b) Bảng quảng cáo dọc:

Chiều ngang tối đa 1 m, chiều cao tối đa 4 m nhưng không vượt quá chiều cao của tầng công trình, nhà ở nơi đặt bảng quảng cáo, mặt ngoài bảng quảng cáo nhô ra khỏi mặt tường công trình, nhà ở tối đa 0,2 m;

Vị trí đặt: ốp sát vào mép tường đứng;

Đối với công trình, nhà ở một tầng chỉ được đặt 1 bảng ngang và 1 bảng đứng.

Tùy thuộc vào điều kiện thực tế và địa hình cụ thể của khu vực sẽ có quy định riêng (theo mục 2.2.2.2 của Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Phương tiện quảng cáo ngoài trời, mã số QCVN 17: 2013/BXD).

Tại tầng trên cùng của công trình được phép quảng cáo bằng hình thức quảng cáo dạng chữ. Không được quảng cáo bằng các hình thức khác đặt trên hoặc che lấp nóc nhà, mái nhà. Riêng đối với các tòa nhà cao tầng là khách sạn, trung tâm thương mại, trung tâm tài chính - Ngân hàng, trung tâm hoạt động văn hóa đa năng, cao ốc trụ sở - Văn phòng cho thuê, được phép lắp đặt thêm bảng quảng cáo hoặc biển hiệu tại tầng trên cùng.

4. Màn hình chuyên quảng cáo:

- Trụ cố định đứng độc lập: Gồm móng, cột, kết cấu khung đỡ, màn hình đèn led, hộp thẻ nhớ và hệ thống bảo mật thẻ. Không sử dụng âm thanh;

- Màn hình ốp tường: Gồm kết cấu khung giá đỡ, màn hình đèn led, hộp thẻ nhớ và hệ thống bảo mật;

- Diện tích tối đa một mặt màn hình đặt tại các trục lộ giao thông là: 100m^2;

- Diện tích một mặt màn hình đặt nơi công cộng từ: 40m^2 đến 60m^2;

- Bảng quảng cáo, màn hình đặt tại mặt ngoài các tòa nhà cao tầng phải đảm bảo an toàn chịu lực, phòng chống cháy nổ, an toàn sinh mạng, thông gió, chiếu sáng.

5. Hộp đèn:

- Trụ cố định đứng độc lập: Gồm: móng, cột, khung đỡ, mặt bảng, hệ thống chiếu sáng bên trong bảng.

- Diện tích: tối thiểu là 2m^2, tối đa là 12m^2.

- Khoảng cách mỗi bảng được quy định tại Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về "Phương tiện quảng cáo ngoài trời", mã số QCVN 17:2013/BXD

6. Dạng chữ, hình, biểu tượng:

- Dạng chữ được thực hiện trên tầng cao nhất của tòa nhà có hệ thống khung đỡ, hình và biểu tượng thường đi kèm các nội dung quảng cáo.

- Tổng diện tích từng phần quy chiếu ra hình vuông và hình chữ nhật là diện tích theo quy định đối với bảng tấm lớn hoặc bảng tấm nhỏ, trong nội thành nội thị hoặc ngoài Quốc lộ, Tỉnh lộ.

7. Băng-rôn ngang, dọc:

- Bằng vải hoặc hiflex, gia công in, vẽ các nội dung thông tin, quảng cáo.

- Treo trên trụ có sẵn hoặc trụ đèn chiếu sáng. Không được treo, mắc ở gốc cây, trụ truyền tải điện.

- Ghi đầy đủ tên, địa chỉ đơn vị thực hiện. Quảng cáo trên băng rôn có nội dung tuyền truyền, cổ động chính trị chính sách xã hội, việc đặt biểu trưng, logo, nhãn hiệu hàng hóa được đặt ở phía dưới cùng của băng rôn dọc và phía bên phải của băng rôn ngang. Diện tích của logo, biểu trưng, nhãn hiệu hàng hóa chiếm không quá 20% diện tích bảng quảng cáo, băng rôn.

- Kích thước: Ngang: 0,8m x 8m; dọc: (0,6m đến 0,8m) x (1,5m đến 2,5m).

8. Phương tiện giao thông:

Không được thể hiện sản phẩm quảng cáo ở mặt trước, mặt sau và trên nóc của phương tiện giao thông. Sản phẩm quảng cáo không được vượt quá 50% diện tích mỗi mặt được phép quảng cáo của phương tiện giao thông. Việc thể hiện biểu trưng, lô-gô, biểu tượng của chủ phương tiện giao thông hoặc hãng xe trên phương tiện giao thông phải tuân thủ các quy định của pháp luật về giao thông.

9. Đoàn người thực hiện quảng cáo:

- Có từ 3 người trở lên, mặc trang phục hoặc vật dụng thể hiện sản phẩm quảng cáo di chuyển trên đường giao thông hoặc tại một địa điểm.

- Tuân thủ các quy định về an toàn giao thông. Không quảng cáo trong giờ cao điểm sáng từ 6giờ đến 8giờ, chiều từ 16giờ đến 18giờ.

10. Loa phóng thanh:

- Quảng cáo bằng tiếng nói trên loa phóng thanh.

- Không quảng cáo trên hệ thống loa tuyên truyền của địa phương; không quảng cáo trên phương tiện giao thông và các phương tiện di động khác.

- Cường độ âm thanh không được vượt quá độ ồn cho phép theo quy định của pháp luật về môi trường.

11. Ca nhạc - Lễ hội - Sự kiện:

- Quảng cáo trên phông hậu các chương trình, trên khung chủ đề.

- Chỉ thông báo sản phẩm quảng cáo sau khi đã có sự chấp thuận nội dung chương trình của các cơ quan chức năng quản lý nhà nước lĩnh vực liên quan.

- Không được gắn sản phẩm quảng cáo ngang bằng hoặc cao hơn biểu tượng và Tên chương trình.

- Khổ chữ quảng cáo không được quá ½ khổ chữ tên của chương trình chính thức.

12. Quảng cáo tại các hội thảo, hội nghị, tổ chức sự kiện, triển lãm, các vật thể quảng cáo và phương tiện quảng cáo khác phải tuân theo Luật quảng cáo, các luật có liên quan khác./.