

ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
SỞ VĂN HÓA VÀ THỂ THAO

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

Số: **2245**/SVHTT-XDNSVHGĐ

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày **16** tháng 5 năm 2023

V/v góp ý dự thảo Quyết định phê
duyet Quy hoạch quảng cáo ngoài trời
trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh
đến năm 2030

Kính gửi:

- Văn phòng UBND Thành phố;
- Công an Thành phố;
- Sở Giao thông vận tải;
- Sở Xây dựng;
- Sở Thông tin và Truyền thông;
- Sở Tài Chính;
- Sở Quy hoạch - Kiến trúc;
- Sở Kế hoạch và Đầu tư;
- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;
- Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam Thành phố;
- Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và quận, huyện;
- Hội Quảng cáo Thành phố Hồ Chí Minh.

Thực hiện chỉ đạo của Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân Thành phố tại Văn bản số 4936/UBND-VX ngày 19 tháng 12 năm 2022 về tăng cường quản lý hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố. Nội dung văn bản chỉ đạo Sở Văn hóa và Thể thao tập trung đẩy nhanh tiến độ xây dựng và hoàn thành Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, trình Ủy ban nhân dân Thành phố;

Thực hiện chỉ đạo trong Thông báo số 278/TB-VP ngày 13 tháng 4 năm 2023 về kết luận của Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Dương Anh Đức tại cuộc họp nghe báo cáo về quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố đến năm 2030;

Trên cơ sở tiếp thu ý kiến của Sở Tư pháp trong Văn bản số 2131/STP-KTrVB ngày 10 tháng 5 năm 2023 về góp ý dự thảo Quyết định phê duyệt Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030;

Sở Văn hóa và Thể thao kính gửi các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp tham gia hoạt động quảng cáo đóng góp ý kiến về dự thảo Quyết định phê duyệt Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 để Sở Văn hóa và Thể thao tổng hợp, hoàn chỉnh trình Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành theo quy trình quy định (đính kèm dự thảo).

Sở Văn hóa và Thể thao kính đề nghị Văn phòng Ủy ban nhân dân Thành phố hỗ trợ đưa nội dung dự thảo Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn

Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 lên trang Web của Thành phố trong thời gian 30 ngày để lấy ý kiến đóng góp rộng rãi của người dân, doanh nghiệp theo ý kiến góp ý của Sở Tư pháp.

Văn bản góp ý gửi Sở Văn hóa và Thể thao **trước ngày 15 tháng 6 năm 2023** để tổng hợp (thông tin liên hệ qua số điện thoại: 097.440.6780, email: htlinh.svhtt@tphcm.gov.vn).

Sau thời gian nêu trên, Sở Văn hóa và Thể thao sẽ đề xuất Ủy ban nhân dân Thành phố theo quy định. Các đơn vị không có văn bản góp ý xem như đồng ý với nội dung dự thảo./. 

Nơi nhận:

- Như trên;
- Ban VH-XH HĐND TP (để b/c);
- Phòng TC-PC Sở VH và TT;
- Lưu: VT, P.XDNSVHGD (TL).



Võ Trọng Nam

Số: /QĐ-UBND

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2023

Dự thảo

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Quy hoạch quảng cáo ngoài trời
trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030**

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

*Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015;
Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức
chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;*

*Căn cứ Luật Giao thông đường bộ số 23/2008/QH12 ngày 13 tháng 11
năm 2008;*

Căn cứ Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21 tháng 06 năm 2012;

Căn cứ Luật Quy hoạch số 21/2017/QH14 ngày 24 tháng 11 năm 2017;

*Căn cứ Luật Xây dựng số 50/2014/QH13 ngày 18 tháng 6 năm 2014; ;
Luật số 62/2020/QH14 ngày 17 tháng 6 năm 2020 Sửa đổi, bổ sung một số điều
của Luật Xây dựng;*

*Căn cứ 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; Nghị định
số 70/2021/NĐ-CP ngày 20 tháng 7 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung
một số điều của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 của
Chính phủ;*

*Căn cứ Hướng dẫn số 241/HD-BVHTTDL ngày 21 tháng 01 năm 2022 của
Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về hướng dẫn Lập (hoặc điều chỉnh) Quy
hoạch quảng cáo ngoài trời;*

*Theo đề nghị của Sở Văn hóa và Thể thao tại Tờ trình số /TTr-SVHTT
ngày tháng năm 2023.*

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt nội dung Quy hoạch

1. Phê duyệt kèm theo Quyết định này nội dung Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030.

2. Phê duyệt kèm theo Quyết định này phụ lục Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Thủ Đức và 21 quận, huyện đến năm 2030 – Giai đoạn 1; phụ lục Bản đồ trích lục và phối cảnh vị trí điểm quảng cáo ngoài trời địa bàn Thành phố Thủ Đức và 21 quận, huyện đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Điều 2. Hiệu lực thi hành

Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 3. Trách nhiệm thi hành

Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, Giám đốc Sở Văn hóa và Thể thao, Giám đốc Sở Quy hoạch – Kiến trúc, Giám đốc Sở Giao thông vận tải, Giám đốc Sở Xây dựng, Giám đốc Sở Thông tin và Truyền thông, Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư, Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Giám đốc Công an Thành phố Hồ Chí Minh, Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và quận, huyện, Thủ trưởng các sở - ngành Thành phố và các cơ quan, đơn vị, tổ chức, cá nhân khác có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Thành ủy TP. Hồ Chí Minh;
- HĐND TP. Hồ Chí Minh;
- TTUB: Chủ tịch, các Phó Chủ tịch;
- Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam TP;
- Văn phòng Đoàn Đại biểu Quốc hội TP;
- Văn phòng Thành ủy;
- Các cơ quan báo đài của Thành phố;
- Các Ban của HĐND Thành phố;
- VPUB: các PCVP; Phòng VX;
- Trung tâm Công báo;
- Lưu; VT.

TM.ỦY BAN NHÂN DÂN
KT.CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Dương Anh Đức

Dự thảo

**Quy hoạch quảng cáo ngoài trời
trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030**
(Kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND ngày tháng năm 2023
của Ủy ban nhân dân Thành phố)

I. SỰ CẦN THIẾT LẬP QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI

Quảng cáo là một ngành quan trọng, mang lại hiệu quả kinh tế và đóng góp vào quá trình phát triển của thành phố. Hoạt động quảng cáo ngoài trời tại Thành phố Hồ Chí Minh trong thời gian qua phát triển khá nhanh, gia tăng về số lượng, quy mô, có sự tiến bộ nhất định về chất lượng, công nghệ, 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. Do vậy, rất cần việc quy hoạch, định hướng phát triển hoạt động quảng cáo ngoài trời trong tương lai.

1. Những bất cập của quảng cáo ngoài trời

Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh được lập từ năm 2003, hiện nay có nhiều sự thay đổi về hình thức, phương tiện quảng cáo theo hướng hiện đại, nhu cầu quảng cáo phát sinh nhiều vị trí mới nên không còn phù hợp với sự phát triển của đô thị.

Đặc thù địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh rộng lớn, nhu cầu hoạt động quảng cáo diễn ra thường xuyên nên số lượng biển hiệu, bảng quảng cáo tăng hàng năm. Do đó, công tác quản lý nhà nước trên lĩnh vực quảng cáo trên địa bàn thành phố gặp nhiều khó khăn, không đồng bộ, thiếu tính thống nhất giữa các quận, huyện; không đảm bảo 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, ảnh hưởng 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.

Từ thực trạng của công tác quy hoạch và nhu cầu của thị trường quảng cáo đã xuất hiện tình trạng quảng cáo không đúng quy định, không thực hiện đầy đủ các thủ tục pháp lý, xây dựng trụ, bảng quảng cáo không phép,... đã gây khó khăn trong công tác quản lý nhà nước và ảnh hưởng trực tiếp đến tính cạnh tranh lành mạnh của thị trường quảng cáo hiện nay.

2. Ảnh hưởng về quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân hoạt động quảng cáo

Theo số liệu từ Cục Thống kê, đến năm 2019, Thành phố Hồ Chí Minh có 5.497 doanh nghiệp hoạt động trong ngành quảng cáo, trong đó có 5.368 doanh nghiệp ngoài nhà nước (97%) và có 129 doanh nghiệp đầu tư nước ngoài (3%).

Quy hoạch quảng cáo ngoài trời được thực hiện dựa trên cơ sở đề xuất của Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện tổng hợp từ nhu cầu, đăng ký thực hiện của các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp quảng cáo. Các vị trí quy hoạch quảng cáo ngoài trời sau khi được phê duyệt sẽ được công khai, phổ biến rộng rãi trên phương tiện truyền thông và các doanh nghiệp quảng cáo. Đồng thời, thành phố sẽ tổ chức đấu thầu công khai các vị trí trên đất công, các doanh nghiệp có thể tham gia đấu thầu theo quy định pháp luật.

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; 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.

Như vậy, việc ban hành Quy hoạch quảng cáo ngoài trời nhằm 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; 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 nề 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.

II. CĂN CỨ LẬP QUY HOẠCH

1. Các văn bản quy phạm pháp luật

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Luật Giao thông đường bộ số 23/2008/QH12 ngày 13 tháng 11 năm 2008;

Căn cứ Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21 tháng 06 năm 2012;

Căn cứ Luật Quy hoạch số 21/2017/QH14 ngày 24 tháng 11 năm 2017;

Căn cứ Luật Xây dựng số 50/2014/QH13 ngày 18 tháng 6 năm 2014; Luật số 62/2020/QH14 ngày 17 tháng 6 năm 2020 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Xây dựng;

Căn cứ Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2010 của Chính phủ về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ; Nghị định số 100/2013/NĐ-CP ngày 03 tháng 09 năm 2013 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

Căn cứ Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT ngày 23 tháng 9 năm 2015 của Bộ Giao thông vận tải về hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ; Thông tư số 39/2021/TT-BGTVT ngày 31 tháng 12 năm 2021 của Bộ Giao thông vận tải về sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT ngày 23 tháng 9 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Giao thông vận tải hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 11/2020/NĐ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

Căn cứ 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; Nghị định số 70/2021/NĐ-CP ngày 20 tháng 7 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ;

Căn cứ 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;

Căn cứ Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20 năm 5 tháng 2018 của Bộ Xây dựng ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời;

Căn cứ Quyết định số 1528/QĐ-TTg ngày 14 tháng 9 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt nhiệm vụ điều chỉnh Quy hoạch chung Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2040, tầm nhìn đến năm 2060;

Hướng dẫn số 241/HD-BVHTTDL ngày 21 tháng 01 năm 2022 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về hướng dẫn Lập (hoặc điều chỉnh) Quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

2. Các văn bản của Đảng bộ, chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ XI, nhiệm kỳ 2020-2025;

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;

Quyết định số 982/QĐ-UBND ngày 22 tháng 3 năm 2021 của Ủy ban nhân dân Thành phố về phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển ngành văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2020-2030”;

Quyết định số 56/2021/QĐ-UBND ngày 28 tháng 12 năm 2021 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về Quy chế quản lý kiến trúc Thành phố Hồ Chí Minh.

III. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI QUY HOẠCH, GIẢI THÍCH TỪ NGỮ

1. Đối tượng quy hoạch

a) Hoạt động tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội

- Vị trí treo băng rôn; trụ hộp đèn kết hợp treo băng rôn;
- Trụ, cụm pano độc lập;
- Màn hình điện tử; bảng thông tin điện tử;
- Các hình thức khác: cổng chào, dàn hoa ghép chữ.

Các vị trí tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại phải tuân thủ theo Luật Quảng cáo.

b) Hoạt động quảng cáo thương mại

Quy hoạch các phương tiện quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Bao gồm:

- Bảng quảng cáo, trụ hộp đèn đứng độc lập;
- Bảng quảng cáo gắn/ốp vào công trình xây dựng có sẵn;
- Màn hình chuyên quảng cáo;
- Phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng;
- Băng rôn quảng cáo;
- Biển hiệu.

2. Phạm vi quy hoạch

a) Về không gian: Quy hoạch tổng thể vị trí dành cho hoạt động tuyên truyền cổ động chính trị và các vị trí quảng cáo ngoài trời của Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện trên toàn địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

b) Về thời gian: Giai đoạn thực hiện từ năm 2023 đến năm 2030.

3. Giải thích từ ngữ

a) Những từ ngữ sử dụng trong nội dung Quy hoạch quảng cáo ngoài trời được ưu tiên hiểu theo khái niệm của Luật Quảng cáo và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan.

Một số từ ngữ trong phạm vi nội dung Quy hoạch quảng cáo ngoài trời được hiểu như sau:

b) 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.

c) Mặt tường bên công trình, nhà ở: Là các mặt nhà tiếp giáp mặt tiền của công trình, nhà ở.

d) Nhà 02 mặt tiền: là nhà nằm ở vị trí góc giao lộ, có 02 mặt tiền nhà liền kề nhau.

đ) Khu vực khuôn viên (trong khu vực cao ốc, tòa nhà, trung tâm thương mại, siêu thị, nhà ga, sân bay, bến xe, bãi đỗ xe): là phần diện tích đất trống hoặc không gian được giới hạn bằng tường rào bao quanh trở vào phía trong.

IV. PHÂN TÍCH – ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VÀ DỰ BÁO XU THẾ PHÁT TRIỂN

1. Các yếu tố về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động quảng cáo ngoài trời

Thành phố Hồ Chí Minh là đầu mối giao thông vào loại lớn nhất nước ta với sự có mặt của các tuyến giao thông huyết mạch như đường ô tô, đường sắt, đường biển, đường sông và đường hàng không. Do đó, việc giao lưu với các vùng trong nước và các nước trong khu vực cũng như trên thế giới rất thuận lợi.

Thành phố Hồ Chí Minh tiếp giáp với các tỉnh, khu vực xung quanh như sau: Phía Bắc giáp tỉnh Bình Dương; Phía Tây giáp tỉnh Tây Ninh, tỉnh Long An và tỉnh Tiền Giang; Phía Đông giáp tỉnh Đồng Nai và tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu; Phía Nam giáp biển Đông. Diện tích toàn thành phố là 2.056,5 km², trong đó nội thành là 140,3km², ngoại thành là 1.916,2km². Thành phố có 22 đơn vị hành chính cấp huyện, gồm 16 quận, 05 huyện và 01 Thành phố Thủ Đức; 312 đơn vị hành chính cấp xã, gồm 58 xã, 249 phường và 05 thị trấn.

Theo kết quả “Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019”, tổng dân số của Thành phố Hồ Chí Minh tính đến ngày 01 tháng 4 năm 2019 là 8.993.082 người. Theo đó, Thành phố Hồ Chí Minh là thành phố đông dân, chiếm tỷ trọng 9,35% dân số cả nước. Thành phố là nơi tập trung nhiều dân tộc, nhiều vùng miền khác nhau đến sinh sống và học tập tạo nên một môi trường văn hóa đa dạng. Bên cạnh đó, sự giao thoa tiếp biến văn hoá trong lịch sử cũng như hiện tại số lượng lớn cộng đồng người nước ngoài đến cư trú, làm việc tại thành phố đã tạo nên một vùng văn hóa mở có nhiều tố chất sáng tạo, hướng ngoại. Đa văn hóa là yếu tố thuận lợi để phát triển ngành quảng cáo ở Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay.

Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ X, nhiệm kỳ 2015 – 2020 tại Đại hội Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ XI, nhiệm kỳ 2020-2025 đã khẳng định: “Năm năm qua, nền kinh tế của thành phố tiếp tục phát triển, giữ vững vai trò đầu tàu, trung tâm kinh tế lớn nhất của cả nước với nhiều thành tựu nổi bật như: Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) giai đoạn 2016 - 2019 tăng bình quân 7,72%, ước giai đoạn 2016 - 2020 tăng bình quân 6,41%, tỷ trọng kinh tế thành phố đóng góp trên 22,2% kinh tế cả nước. Thu ngân sách thành phố luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất cả nước (năm 2019 khoảng 27%); chất lượng đời sống người dân được nâng cao, GRDP/người của thành phố là hơn 6.300 USD vào năm 2020”.

Ngành quảng cáo phát triển có mối quan hệ mật thiết với sự phát triển của nền kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, tốc độ phát triển ngành quảng cáo gắn liền với tốc độ phát triển kinh tế của thành phố. Tỷ lệ đóng góp GRDP của ngành quảng cáo chiếm tỷ lệ cao nhất trong các ngành công nghiệp văn hóa hiện nay

tại thành phố, nó cũng có sự tăng trưởng vượt bậc trong những năm gần đây. Cụ thể, năm 2010 tỷ lệ đóng góp GRDP của ngành là 1,66%, đến năm 2015 là 1,65%, đến năm 2019 con số này tăng lên 1,81% GRDP của thành phố. Đồng thời, sự tăng trưởng kinh tế của Thành phố Hồ Chí Minh là môi trường thuận lợi để thu hút các doanh nghiệp quảng cáo đầu tư trên địa bàn thành phố.

Từ những yếu tố trên cho thấy, Thành phố Hồ Chí Minh có tiềm năng và nguồn lực để thúc đẩy sự phát triển hoạt động của ngành quảng cáo. Với tính “năng động, sáng tạo” của thành phố và môi trường kinh tế sôi động, phát triển nhanh, mạnh đã tác động đến sự phát triển các loại hình quảng cáo tại Thành phố Hồ Chí Minh. Các hình thức, loại hình quảng cáo tại thành phố luôn sáng tạo, theo kịp trào lưu quảng cáo tiên tiến, hiện đại của khu vực và thế giới.

2. Đánh giá thực trạng hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh

a) Thực trạng hoạt động tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội

Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện luôn chú trọng công tác tuyên truyền cổ động trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị trên địa bàn, tuyên truyền cho các ngày lễ lớn, tuyên truyền thực hiện các nhiệm vụ chính trị, các sự kiện lớn (ngày lễ, ngày kỷ niệm của đất nước và địa phương, các đợt tuyên truyền cổ động trực quan của Trung ương và Thành phố phát động,...).

Các vị trí đặt bảng quảng cáo được ưu tiên lựa chọn tại các khu vực đông người, khu vực các vòng xoay, tuyến đường ở khu vực trung tâm, cửa ngõ của Thành phố, trụ sở các cơ quan Đảng, đoàn thể, cơ quan hành chính nhà nước, văn phòng khu phố, ấp; ranh giới giữa các quận, huyện và các tỉnh lân cận.

Hình thức thực hiện đa số là bạt hiflex ốp hàng rào; các bảng, trụ, cụm pano; băng rôn, phướn treo trên các trụ đèn chiếu sáng dọc các tuyến đường. Hiện nay, nhiều địa phương đã đầu tư xây dựng các bảng điện tử phục vụ tuyên truyền cổ động trực quan.

Nhằm phục vụ công tác tuyên truyền cổ động chính trị trên địa bàn được tốt hơn, Ủy ban nhân dân Thành phố, Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện đã lựa chọn các doanh nghiệp, đơn vị cùng phối hợp tham gia vào công tác cải tạo, đầu tư xây dựng các trụ, bảng tuyên truyền cổ động chính trị kết hợp quảng cáo thương mại. Việc xã hội hóa đầu tư được xem xét, lựa chọn, quyết định của các sở, ban ngành và cơ quan chức năng trên cơ sở quy định của pháp luật nhằm đảm bảo các công trình xã hội hóa khi đưa vào hoạt động đảm bảo kỹ thuật, an toàn giao thông, mỹ quan đô thị. Qua đó có tác dụng lớn trong việc tuyên truyền nhiệm vụ chính trị của đất nước, của thành phố, góp phần thay đổi diện mạo của công tác tuyên truyền, quảng cáo theo hướng hiện đại, xây dựng thành phố ngày càng văn minh, hiện đại.

Bên cạnh những kết quả, mục tiêu đạt được của công tác tuyên truyền cổ động trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị vào các sự kiện của đất nước, thành phố, vẫn còn tồn tại nhiều bất cập, hạn chế như:

Hầu hết các bảng tuyên truyền kích thước không đồng đều, tiêu chuẩn kỹ thuật chưa khoa học, thiếu thẩm mỹ. Ở một số địa phương, các khu phố, ấp, các bảng dành riêng cho công tác cổ động chính trị thường là bạt hiflex gắn, treo trên tường rào với diện tích nhỏ, dễ bị bong rách, tồn tại một số bảng tuyên truyền đã xuống cấp, bị rách, hoen gỉ, bạc màu, nội dung bị phai mờ do vậy ảnh hưởng đến mỹ quan. Nguyên nhân là do việc đầu tư cho công tác cổ động chính trị còn hạn chế do nguồn kinh phí từ ngân sách còn hạn hẹp, chưa xứng tầm và phát triển theo hướng hiện đại cùng với sự phát triển của thành phố.

Nhiều địa phương đã liên kết với doanh nghiệp xây dựng trụ bảng quảng cáo trên danh nghĩa cổ động chính trị để hợp thức hóa trong khi quy hoạch quảng cáo của thành phố chưa được thông qua, không đúng quy định của pháp luật, gây khó khăn cho công tác quản lý nhà nước và không công bằng trong việc đấu thầu lựa chọn các vị trí đầu tư xã hội hóa đối với cách doanh nghiệp.

b) Thực trạng hoạt động quảng cáo thương mại

Hoạt động quảng cáo thương mại trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh diễn ra rất sôi nổi, đa dạng, phong phú về nội dung, hình thức, phương tiện quảng cáo. Hoạt động quảng cáo thương mại diễn ra tập trung chủ yếu ở các quận trung tâm thành phố, khu vực các vòng xoay giao lộ, khu vực các chân cầu vượt, các tuyến đường lớn, khu vực sân bay, các khu trung tâm thương mại, chợ truyền thống, trạm chờ xe buýt,...

Nội dung quảng cáo rất nhiều lĩnh vực và được các doanh nghiệp chú trọng về đầu tư về hình ảnh quảng cáo đẹp mắt, nhiều màu sắc, thu hút, chuyển tải được thông điệp quảng cáo và tăng thêm mỹ quan đô thị. Nhiều bảng được đầu tư xây dựng với hình thức xã hội hóa trước khi Luật Quảng cáo ra đời, góp phần phục vụ trong công tác cổ động chính trị của thành phố và quận, huyện.

Hình thức và phương tiện quảng cáo hiện nay đa số đều sử dụng chất liệu nhẹ như bạt hiflex có đèn chiếu sáng, nhiều doanh nghiệp đang chuyển đổi qua hình thức hiện đại, công nghệ mới như bảng chữ điện tử, màn hình Led, Led dạng lưới,.. Các hình thức quảng cáo chiếm tỷ lệ cao hiện hữu ở thành phố gồm:

- Trụ độc lập: thường được xây dựng lắp đặt ở các tiểu đảo, khu vực đất trống,..có diện tích bảng lớn. Đa số các bảng này đều được xây dựng phù hợp với Luật quảng cáo, đảm bảo an toàn giao thông.

- Trụ hộp đèn trên tuyến đường và dải phân cách: đa số được quy hoạch theo hình thức xã hội hóa, xây dựng đồng nhất diện tích trên cùng tuyến đường để tạo mỹ quan đô thị.

- Bảng ốp tường (gắn vào công trình xây dựng có sẵn): là hình thức chiếm phần lớn bảng quảng cáo trên địa bàn thành phố, được cấp phép xây dựng trước khi Luật quảng cáo có hiệu lực.

- Bảng rôn: Các doanh nghiệp thường xuyên treo băng-rôn trước cửa nơi kinh doanh, chủ yếu giới thiệu quảng cáo các chương trình khuyến mãi, khai trương cửa hàng. Hoặc treo băng rôn trên trụ đèn chiếu sáng đô thị trên các

tuyến đường quản lý của Sở Xây dựng, quảng cáo các chương trình lớn, tuyên truyền cổ động chính trị kết hợp quảng cáo,... đem lại hiệu quả quảng cáo cao, giúp người dân nhanh chóng tiếp cận thông tin.

Cùng với sự phát triển của hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố, số lượng hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo của các doanh nghiệp quảng cáo đến Sở Văn hóa và Thể thao cũng tăng liên tục qua các năm. Trung bình mỗi năm, Sở Văn hóa và Thể thao tiếp nhận khoảng hơn 3.000 hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo và băng rôn.

Tuy đã có những quy định pháp luật cụ thể và sự nỗ lực của chính quyền thành phố trong việc lập lại trật tự ở lĩnh vực quảng cáo. Nhưng do đặc thù địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh rộng lớn, nhu cầu quảng cáo nhiều nên số lượng biển hiệu, bảng quảng cáo tăng hàng năm, trong khi nguồn nhân lực còn ít và thêm yếu tố kiêm nhiệm nên không thể đảm bảo thực hiện kiểm tra, giám sát thường xuyên, kịp thời. Do đó, hoạt động quảng cáo thương mại ngoài trời vẫn còn có những tồn tại như:

- 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 ở mặt tiền nhà 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 bằng tiếng nước ngoài hoặc chữ 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.

- Tình trạng nhiều doanh nghiệp vi phạm không thông báo sản phẩm quảng cáo đến cơ quan chức năng. 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.

3. Dự báo xu thế phát triển

a) Dự báo xu thế phát triển các loại hình, phương tiện quảng cáo

Các loại hình, phương tiện quảng cáo tiên tiến, ứng dụng công nghệ để đáp ứng nhu cầu thông tin quảng cáo, giúp quảng bá hình ảnh một cách sinh động, mới mẻ, đột phá, 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. Trong đó nổi bật là quảng cáo trên màn hình Led, Led dạng dưới, Led 3D,...loại hình này có nhiều

ưu điểm như phát được TVC/ảnh động khiến quảng cáo sống động, sáng tạo, gây ấn tượng mạnh với người xem, lại tiết kiệm chi phí, thời gian quảng cáo.

Một số các loại hình quảng cáo công nghệ phát triển trong tương lai như: Màn hình Led thanh trên tòa nhà lớn; Trình chiếu 3D Mapping; Trình chiếu trên kính; Tường/sàn tương tác; Holofan/Holopyramid/Holocube (sử dụng công nghệ 3D bay lơ lửng trong không trung mà không cần màn chiếu); Đèn chiếu Gobo (là loại đèn led có lắp mặt kính in hình bên trong); Kiosk cảm ứng (là một máy tính cài đặt phần mềm đặc biệt với giao diện cho phép người dùng thao tác qua màn hình cảm ứng);...

b) Dự báo chất liệu, công nghệ sử dụng trong quảng cáo

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 bằng thép hình, tiến tới xây dựng xây dựng màn hình điện tử, hoặc vật liệu mới, công nghệ mới có chất lượng tốt, nhằm 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.

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.

c) Định hướng phát triển đến năm 2035

Quảng cáo Thành phố phát triển, đi đầu việc áp dụng quảng cáo vào tất cả các loại hình quảng cáo (từ ngoài trời đến quảng cáo trên các phương tiện công cộng và thông tin đại chúng). Thí điểm hình thành khu vực quảng cáo công cộng lớn, mang tính điểm nhấn. Áp dụng công nghệ mới vào hoạt động quảng cáo trên tất cả các lĩnh vực quảng cáo.

Hình thành hệ thống chuẩn mực quảng cáo đặc thù của Thành phố Hồ Chí Minh với định hướng quảng bá hình ảnh, thương hiệu của riêng Thành phố Hồ Chí Minh trong tổng thể quốc gia. Đến năm 2035, trở thành trung tâm quảng cáo của cả nước và khu vực Châu Á; Phát triển mạnh công nghệ quảng cáo số với các công nghệ hiện đại theo chuẩn quốc tế.

V. NGUYÊN TẮC, MỤC TIÊU QUY HOẠCH

1. Nguyên tắc xây dựng quy hoạch

a) Tuân thủ các quy định của pháp luật về quảng cáo, xây dựng, giao thông và quy định pháp luật có liên quan.

b) Phù hợp với quy hoạch tổng thể kinh tế xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh; vị trí quy hoạch phải đảm bảo mỹ quan đô thị, an toàn giao thông và trật tự xã hội.

c) Đảm bảo sự thống nhất giữa các Sở, ngành có liên quan để phối hợp quản lý, là căn cứ pháp lý quan trọng để thực hiện việc cấp phép và xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo.

d) Đảm bảo tính công khai, minh bạch và tính khả thi; tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động quảng cáo phát triển.

e) Bảo đảm sự thống nhất, hài hòa giữa các địa phương tại các điểm tiếp giáp trên trục đường quốc lộ, tỉnh lộ.

g) Thực hiện hài hòa và có hiệu quả cơ chế xã hội hóa công tác tuyên truyền, quảng cáo.

2. Mục tiêu

a) Mục tiêu chung

- Hình thành hệ thống tuyên truyền đồng bộ, phục vụ nhiệm vụ chính trị, quảng cáo thương mại ngoài trời, thúc đẩy kinh tế - xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh phát triển.

- Xác định vị trí đất đai, không gian chiếm dụng, quy mô, hình thức của một số phương tiện tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời như: Bảng quảng cáo đứng độc lập hoặc gắn vào công trình; màn hình chuyên quảng cáo; băng rôn, biển hiệu trên cơ sở đó trình cấp thẩm quyền cấp hoặc thuê đất để sử dụng lâu dài.

- Tạo cơ sở hành lang pháp lý cho công tác quản lý nhà nước, thúc đẩy xã hội hóa các hoạt động văn hóa – thông tin trên địa bàn thành phố về lĩnh vực tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời góp phần đem lại hiệu quả về kinh tế cho ngân sách của thành phố.

b) Mục tiêu cụ thể

- Hoàn chỉnh hệ thống bảng quảng cáo tuyên truyền cổ động trực quan, không sinh lời và quảng cáo thương mại một cách đồng bộ, đúng quy định, kích thước, kiểu dáng, an toàn, mỹ quan.

- 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. 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.

- 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.

- Rà soát, sắp xếp đầu tư lại hệ thống các loại hình quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố theo các quy định hiện hành.

- 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 Nam chất lượng cao.

- 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 Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện.

VI. NỘI DUNG QUY HOẠCH

A. Phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại

1. Quy hoạch tuyên truyền cổ động chính trị cần ưu tiên xác định quy hoạch các vị trí quan trọng

- 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, có tầm nhìn tốt, ổn định và lâu dài.

- Khu trung tâm hành chính của Thành phố và 22 đơn vị Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện; các cơ quan, đoàn thể, quân đội, công an.

- Một số điểm nút giao thông, trục giao thông quan trọng, đường vành đai, đường xuyên tâm.

- 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.

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

2. Phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị ưu tiên sử dụng công nghệ mới hiện đại, tạo hiệu quả cao về mặt tuyên truyền đáp ứng yêu cầu phát triển của Thành phố.

3. Đối với phương tiện quảng cáo xã hội hóa cổ động chính trị kết hợp quảng cáo thương mại phải tuân thủ theo quy định Luật Quảng cáo, đồng thời phải thực hiện các yêu cầu như sau:

- Đóng phí thuê vị trí lắp đặt bảng quảng cáo cho cơ quan quản lý (đối với bảng quảng cáo, hộp đèn đứng độc lập xây dựng, lắp đặt trong hành lang an toàn giao thông, công viên do nhà nước quản lý).

- Tham gia tuyên truyền cổ động chính trị khi có yêu cầu của địa phương, Sở Văn hóa và Thể thao (đối với bảng quảng cáo 01 mặt đứng độc lập hoặc gắn/ốp vào công trình xây dựng).

- Dành ít nhất 01 mặt bảng quảng cáo để thực hiện 100% thời lượng tuyên truyền cổ động chính trị (đối với bảng quảng cáo, hộp đèn đứng độc lập có 02 mặt, 03 mặt bảng).

- Dành 30% - 50% thời lượng (thường xuyên) và 100% thời lượng (trong các dịp Lễ, Tết cao điểm của cả nước và Thành phố khi có yêu cầu) thực hiện phát hình tuyên truyền cổ động chính trị (đối với màn hình chuyên quảng cáo).

B. Quảng cáo thương mại

1. Khu vực không quảng cáo và khu vực hạn chế quảng cáo

a) Khu vực không quảng cáo

Nghiêm cấm quảng cáo trên hàng rào, trong khuôn viên và trên công trình kiến trúc hành chính, chính trị, quân sự, ngoại giao, trụ sở các đoàn thể; công trình tôn giáo, tín ngưỡng; công trình kiến trúc bảo tồn; tượng đài; trên hàng rào và bề mặt ngoài của các công trình giáo dục, y tế.

Nghiêm cấm quảng cáo trên các công trình và trong phạm vi hành lang bảo vệ các tuyến đường dây, đường ống hạ tầng kỹ thuật.

Không quảng cáo trên các công trình băng ngang đường giao thông như: cổng chào, trạm thu phí, thanh chắn đường ngang đường sắt, giá long môn, cầu bộ hành,...

Không lắp đặt phương tiện quảng cáo hoặc thiết bị khác làm giảm sự chú ý, gây nhầm lẫn nội dung biển báo hiệu hoặc gây cản trở người tham gia giao thông trong phạm vi giới hạn hành lang an toàn đối với cầu, hầm đường bộ.

b) Khu vực hạn chế quảng cáo

Chỉ quảng cáo trong các sự kiện tại các khu vực như sau:

- Khu vực trước trụ sở Ủy ban nhân dân Thành phố;
- Khu vực đường đi bộ Nguyễn Huệ;
- Khu vực quảng trường Công xã Paris;
- Khu vực công trường Quốc tế (bên trong khuôn viên Hồ Con Rùa).

Bảng quảng cáo chỉ lắp đặt tạm thời trong thời gian diễn ra sự kiện, chương trình. Ưu tiên sử dụng công nghệ như: màn hình Led, Led dạng dưới, Led 3D, trình chiếu 3D Mapping, kết hợp quảng cáo đèn với ánh sáng nghệ thuật; chỉ lắp đặt tạm thời trong thời gian diễn ra sự kiện, chương trình.

2. Quy định cho các phương tiện quảng cáo

a) Bảng quảng cáo đứng độc lập

Bảng quảng cáo độc lập phải đảm bảo các yêu cầu về kết cấu, vật liệu, chiếu sáng, cấp điện, chống sét, an toàn cháy nổ.

Kiểu dáng, kết cấu gồm: móng; khung bảng hoặc cột (một trụ cột, hai trụ cột); mặt bảng (gồm một mặt, hai mặt hoặc ba mặt).

Chất liệu – công nghệ: Sắt, inox, bê tông, led, hộp đèn hoặc chất liệu khác nhưng phải đảm bảo yếu tố kỹ thuật theo quy định của Luật Xây dựng; Không có hoặc có hệ thống chiếu sáng bên trong và bên ngoài bảng.

- Bảng quảng cáo đứng độc lập dọc tuyến đường ngoài đô thị: Thực hiện theo quy định tại mục 2.2.1.2 Thông tư số 04/2018/TT-BXD của Bộ Xây dựng

ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời.

- Bảng quảng cáo đứng độc lập tạm thời dọc theo tuyến đường trong đô thị:

Vị trí: Bảng quảng cáo đứng độc lập phải đảm bảo nằm ngoài phạm vi lối đi cho người đi bộ.

Diện tích tối đa một mặt quảng cáo: $<40\text{m}^2$. Trừ các trường hợp đặc biệt bảng quảng cáo đứng độc lập có diện tích một mặt từ 40m^2 trở lên phải được cấp Giấy phép xây dựng theo quy định trước khi thực hiện.

Khoảng cách tối thiểu từ mép đất của đường bộ đến điểm gần nhất của bảng quảng cáo theo phương thẳng đứng: 5m.

Chiều cao tối thiểu từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của bảng: 4,75m.

- Trụ hộp đèn đứng độc lập tạm thời trên dải phân cách, vỉa hè, tiểu đảo dọc theo tuyến đường trong đô thị:

Trụ hộp đèn đứng độc lập tạm thời trên dải phân cách, vỉa hè, tiểu đảo dọc theo tuyến đường trong đô thị mang tính quy hoạch đặc thù tại Thành phố Hồ Chí Minh và phù hợp với đặc thù của từng tuyến đường, dải phân cách, vỉa hè, tiểu đảo của các tuyến đường.

Vị trí: Tại các dải phân cách, vỉa hè, tiểu đảo, lề đường các tuyến đường. Đối với các vị trí trên vỉa hè phải đảm bảo chiều rộng tối thiểu 1,5m cho người đi bộ.

Hình thức: Đồng nhất về kiểu dáng và kích thước trên cùng một tuyến đường giao thông.

Khoảng cách: Khoảng cách hai bảng liền kề tối đa là 120m (ba cột đèn chiếu sáng), tối thiểu là 40m.

Chiều cao: Chiều cao tối thiểu từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của hộp đèn là 4,75m. Trường hợp trong dải phân cách, tùy theo thực tế tuyến đường và hình thức trụ hộp đèn, chiều cao có thể thấp hơn so với quy định nhưng vẫn đảm bảo an toàn giao thông.

Chiều ngang mặt bảng quảng cáo phải đảm bảo không vượt quá chiều rộng của dải phân cách, vỉa hè, tiểu đảo, lề đường. Diện tích mặt bảng quảng cáo phải phù hợp với chiều rộng của dải phân cách vỉa hè, tiểu đảo, lề đường.

- Bảng quảng cáo độc lập tại tuyến đường thủy nội địa:

Chỉ được xây dựng, lắp đặt tại khu vực có bờ kè ốp bờ; không được che khuất tín hiệu, tầm nhìn của người điều khiển phương tiện đường thủy.

Khoảng cách tối thiểu từ mép đỉnh kè hoặc mép bờ cao quy hoạch đến cạnh gần nhất của bảng (về phía bờ) là 10m.

Việc xây dựng bảng quảng cáo đứng độc lập trong phạm vi hành lang bảo vệ trên bờ sông, kênh, rạch có chức năng thoát nước; chức năng tưới, tiêu phục

vụ sản xuất nông nghiệp, nuôi trồng thủy sản, phát triển rừng và sản xuất muối thuộc hệ thống công trình thủy lợi phải có ý kiến của Ủy ban nhân dân Thành phố, trước khi xây dựng phải được cơ quan có thẩm quyền cấp phép theo quy định tại Điều 5 của Quyết định số 22/2017/QĐ-UBND ngày 18 tháng 4 năm 2017 của Ủy ban nhân dân Thành phố.

- Tại các công viên, khuôn viên các bến xe, bến tàu, nhà ga, sân bay, bãi đỗ xe, trạm dừng nghỉ, sân thể thao và các địa điểm công cộng khác; Trong khuôn viên các khu đất đang được cấp quyền sử dụng cho cá nhân, tổ chức:

Diện tích tối đa một mặt quảng cáo: $<40m^2$. Trừ các trường hợp đặc biệt bảng quảng cáo đứng độc lập có diện tích một mặt từ $40m^2$ trở lên phải được cấp Giấy phép xây dựng theo quy định trước khi thực hiện.

Khoảng cách tối thiểu từ mép đất của đường bộ đến điểm gần nhất của bảng quảng cáo theo phương thẳng đứng: 5m.

Trong các công viên, bảng quảng cáo, hộp đèn đứng độc lập có chiều cao tối thiểu 5m và tối đa 10m tính từ mặt đường đến mép dưới của bảng quảng cáo, hộp đèn.

Trong khuôn viên các nhà ga, sân bay, bến xe, bãi đỗ xe, trạm dừng nghỉ, bảng quảng cáo, hộp đèn có vị trí, kiểu dáng, kích thước phù hợp quy hoạch quảng cáo và quy trình vận hành khai thác của công trình nhà ga, sân bay, bến xe, bãi đỗ xe, trạm dừng nghỉ.

Cho phép xây dựng bảng quảng cáo đứng độc lập trong khuôn viên công trình các trung tâm thương mại, công trình hỗn hợp nhà ở và thương mại dịch vụ, cao ốc văn phòng, bảng không được lấn lộ giới, cản trở tầm nhìn đối với giao thông trong và ngoài khuôn viên, cản trở lối đi lại của xe và người đi bộ và hài hòa với kiến trúc tổng thể của dự án.

b) Bảng quảng cáo gắn vào công trình

Các bảng quảng cáo không được bố trí cản trở lối thoát nạn của nhà, công trình (các loại cầu thang bộ dùng cho thoát nạn theo thiết kế được duyệt hoặc theo quy định của quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật; cầu thang ngoài nhà hoặc thang nối giữa các tầng nhà hoặc lối ra khẩn cấp như: lối thoát nạn ban công, lôgia, lối lên sân thượng hoặc lên mái để có khả năng thoát nạn sang các nhà liền kề hoặc khu vực an toàn). Không làm ảnh hưởng đến khả năng chịu lực, kết cấu của công trình. Phải liên kết cố định, chắc chắn với công trình.

- Bảng quảng cáo gắn tại mặt trước hoặc mặt sau có diện tích dưới $20m^2$:

Số lượng: Mỗi tầng được đặt 01 bảng quảng cáo ngang và 01 bảng quảng cáo dọc liền kề biển hiệu (nếu có).

Diện tích: Chỉ chấp thuận bảng quảng cáo có diện tích dưới $20m^2$ để đảm bảo các quy định về an toàn về phòng cháy, chữa cháy, thoát nạn, cứu hộ cứu nạn.

Kích thước: Đối với bảng quảng cáo ngang: nhô ra khỏi mặt ngoài công trình tối đa 0,2m; chiều cao tối đa 2m, chiều ngang không vượt quá giới hạn chiều

ngang công trình. Đối với bảng quảng cáo dọc: ốp/gắn sát vào mặt ngoài công trình với chiều ngang tối đa 1m, chiều cao tối đa 4m nhưng không vượt quá chiều cao của tầng công trình.

Bảng quảng cáo không cần phải đưa vào quy hoạch vị trí quảng cáo được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt.

- Bảng quảng cáo gắn tại mặt tường bên:

Vị trí: Phải liên kết chắc chắn, cố định sát vào mặt bên công trình.

Diện tích: Tối đa bằng 50% diện tích mặt bên công trình với kích thước không vượt quá giới hạn mặt bên công trình tại vị trí đặt bảng.

Chiều cao: Đối với công trình/nhà ở có chiều cao đến 4 tầng, chiều cao của bảng quảng cáo không được nhô lên quá sàn mái 1,5m. Đối với công trình/nhà ở có chiều cao từ 5 tầng trở lên, toàn bộ diện tích mặt bảng quảng cáo không vượt quá giới hạn diện tích mặt bên công trình.

Chiều dài: Không vượt quá giới hạn mặt tường tại vị trí đặt bảng.

Bảng quảng cáo phải có trong quy hoạch vị trí quảng cáo đã được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt.

- Trường hợp vị trí công trình ở giao lộ hoặc có 02 mặt tiền:

Diện tích bảng quảng cáo không vượt quá 50% diện tích mỗi mặt bên của công trình tại vị trí đặt bảng.

Phải có ý kiến xác nhận đảm bảo an toàn phòng cháy, chữa cháy và cứu nạn, cứu hộ của cơ quan quản lý có thẩm quyền.

Bảng quảng cáo phải có trong quy hoạch vị trí quảng cáo đã được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt.

c) Quảng cáo trên băng rôn ngang - dọc

- Vị trí treo băng rôn: Treo trên trụ đèn chiếu sáng đô thị (chỉ áp dụng đối với băng rôn có nội dung tuyên truyền, cổ động chính trị) hoặc treo trên trụ có sẵn (chỉ thực hiện đối với các quận, huyện có đầu tư lắp đặt hệ thống trụ này và được phê duyệt trong quy hoạch); Treo tại vị trí kinh doanh hoặc tại nơi tổ chức chương trình, sự kiện (phía trước, trên hàng rào/tường rào hoặc bên trong khuôn viên địa điểm quảng cáo). Không được treo, mắc ở gốc cây, trụ truyền tải điện và không treo trên trụ chiếu sáng nằm ở dải phân cách giữa đường.

- Hình thức băng rôn: Băng vải hoặc hiflex, gia công in, vẽ các nội dung thông tin, quảng cáo. Ghi đầy đủ tên, địa chỉ, số điện thoại đơn vị thực hiện.

- Khoảng cách: 01 băng rôn dọc/01 trụ.

- Kích thước: Treo trên trụ có sẵn: Băng rôn ngang: rộng 0,8m x dài 8m; Băng rôn dọc: rộng 0,6 – 0,8m x dài 1,5 – 2,5m. Treo trên trụ chiếu sáng: chỉ chấp thuận treo băng rôn dọc (rộng 0,6 – 0,8m x dài 1,5 – 2,5m).

- Chiều cao: Bảng rôn ngang: Chiều cao từ mặt đường đến cạnh đáy bảng rôn $\geq 3,5\text{m}$; Bảng rôn dọc: Chiều cao từ mặt vỉa hè đến cạnh đáy bảng rôn là $1,8\text{m}$. Bảng rôn được treo phải nằm hoàn toàn trong phạm vi vỉa hè hoặc dải phân cách cây xanh, thảm cỏ.

- Nội dung: Quảng cáo trên bảng rôn có nội dung tuyên 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 bảng rôn dọc và phía bên phải của bảng rôn ngang. Diện tích của logo, biểu trưng, nhãn hiệu hàng hóa chiếm không quá 20% diện tích bảng quảng cáo, bảng rôn.

- Số lượng: Chương trình tuyên truyền phục vụ cộng đồng và các sự kiện được Ủy ban nhân dân Thành phố chấp thuận, theo kế hoạch của các sở, ban, ngành và Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện tổ chức (bao gồm cả hoạt động xã hội hóa) được thực hiện về số lượng theo tính chất, quy mô của hoạt động, sự kiện nhưng không quá 1.500 bảng rôn nhằm đảm bảo an toàn và mỹ quan đô thị. Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Xây dựng xem xét việc thực hiện quảng cáo bằng bảng rôn của các tổ chức, cá nhân với số lượng từ 200 bảng rôn trở xuống. Sở Văn hóa và Thể thao báo cáo, trình Ủy ban nhân dân Thành phố xem xét, quyết định với số lượng trên 200 bảng rôn.

d) Phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng

- Vị trí: Bảng quảng cáo, bảng hiệu ở khối tháp có độ cao từ 20m trở lên chỉ được đặt ở vị trí trên cùng của tháp, tuyệt đối không được phép lắp đặt trên mái công trình.

- Kết cấu: Bảng gồm có hệ thống khung đỡ, hình, biểu tượng thường đi kèm các nội dung quảng cáo dưới dạng các chữ cái rời và được chiếu sáng bằng đèn.

- Diện tích: Được tính bằng tổng diện tích từng phần quy chiếu ra hình vuông và hình chữ nhật.

- Kích thước: Áp dụng các quy định đối với bảng quảng cáo gắn vào công trình: Đối với bảng quảng cáo ngang thì chiều cao tối đa là 2m, chiều dài không vượt quá chiều ngang mặt nhà. Đối với bảng quảng cáo dọc thì chiều ngang tối đa là 1m, chiều cao tối đa là 4m. Mỗi mặt chỉ được đặt một bảng quảng cáo.

- Bảng quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng tại cơ sở sản xuất kinh doanh và có diện tích dưới 20m^2 không cần phải đưa vào quy hoạch vị trí quảng cáo được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt.

đ) Màn hình chuyên quảng cáo

- Màn hình điện tử trụ độc lập: thực hiện theo quy định đối với hình thức bảng quảng cáo đứng độc lập.

- Màn hình điện tử ốp tường: thực hiện theo quy định đối với hình thức bảng quảng cáo gắn vào công trình.

- Màn hình điện tử Led, LCD và các hình thức tương tự đặt bên trong các chung cư, cao ốc văn phòng, trung tâm thương mại, siêu thị, các cửa hàng, cửa

hiệu kinh doanh phải tuân thủ các quy định của Luật Quảng cáo và các quy định pháp luật có liên quan; phải có ý kiến trước khi lắp đặt và kiểm tra, giám sát thường xuyên của cơ quan quản lý tại địa phương.

- Nội dung quảng cáo:

Tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo trên màn hình chuyên quảng cáo phải gửi nội dung thông báo sản phẩm quảng cáo đến Sở Văn hóa và Thể thao trước khi thực hiện quảng cáo 07 ngày. Trong thời hạn 05 ngày làm việc, kể từ ngày tiếp nhận hồ sơ, nếu không có ý kiến trả lời của Sở Văn hóa và Thể thao thì tổ chức, cá nhân được thực hiện sản phẩm quảng cáo đã thông báo. Trường hợp không đồng ý, Sở Văn hóa và Thể thao sẽ phải trả lời bằng văn bản và nêu rõ lý do.

Nội dung quảng cáo trên màn hình chuyên quảng cáo phải tuân thủ các quy định của Luật Quảng cáo. Người quảng cáo, người phát hành quảng cáo, người thực hiện quảng cáo, người cho thuê phương tiện quảng cáo chịu trách nhiệm trực tiếp về sản phẩm quảng cáo; có trách nhiệm phối hợp cung cấp thông tin tài liệu, dữ liệu phục vụ cho công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm khi có yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

- Yêu cầu kỹ thuật lắp đặt: Không sử dụng âm thanh, không kết nối internet (offline), không sử dụng hình ảnh động gây ảo giác ảnh hưởng an toàn đến người tham gia giao thông. Cường độ chiếu sáng, độ chói của màn hình phải đảm bảo theo Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về các công trình hạ tầng kỹ thuật đô thị ban hành kèm theo Thông tư số 01/2016/TT-BXD ngày 01 tháng 02 năm 2016 của Bộ Xây dựng, không gây chói sáng trên mặt đường và ảnh hưởng tầm nhìn của người tham gia giao thông, gây mất an toàn giao thông.

e) Biển hiệu của tổ chức, cá nhân hoạt động sản xuất, kinh doanh

- Vị trí: Treo/gắn/ốp sát cổng hoặc mặt trước của trụ sở hoặc nơi kinh doanh của tổ chức, cá nhân. Biển hiệu không bố trí cản trở lối thoát nạn của nhà, công trình (cầu thang ngoài nhà hoặc thang nối giữa các tầng nhà hoặc lối ra khẩn cấp như: lối thoát qua ban công, lôgia, lối lên sân thượng hoặc lên mái để có khả năng thoát nạn sang các nhà liền kề hoặc khu vực an toàn). Không được lấn ra vỉa hè, lòng đường, ảnh hưởng đến giao thông công cộng.

- 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. Biển hiệu treo ngang cổng hoặc lối vào phải đảm bảo khoảng cách thông thủy từ mép dưới biển xuống điểm cao nhất của mặt lối đi không nhỏ hơn 4,25m; không được làm ảnh hưởng đến chiều rộng thông thủy của mặt đường cho xe chữa cháy (không được nhỏ hơn 3,5m).

- 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. 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 và phải đặt bên dưới chữ tiếng Việt.

VII. DỰ KIẾN – ĐỀ XUẤT

1. Dự kiến diện tích sử dụng đất cho các vị trí quảng cáo ngoài trời trong quy hoạch theo yêu cầu phát triển của từng giai đoạn quy hoạch

Trên cơ sở các vị trí đã quy hoạch dành cho quảng cáo, các địa phương nghiên cứu, bố trí đảm bảo quỹ đất phù hợp và tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp quảng cáo trong việc xây dựng, lắp đặt bảng quảng cáo trên địa bàn theo quy định.

Việc thuê đất xây dựng bảng quảng cáo của các tổ chức, cá nhân được thực hiện theo quy định của Pháp luật.

Các tổ chức, cá nhân xây dựng công trình quảng cáo độc lập: Vị trí xây dựng phải được cơ quan nhà nước giao đất hoặc cho thuê đất để làm bảng quảng cáo theo quy định.

Trong trường hợp nhà nước tổ chức đấu thầu hoặc giao cho các đơn vị quản lý khai thác các vị trí quảng cáo trên đất công, công viên, hệ thống phương tiện giao thông công cộng do nhà nước quản lý: Các tổ chức, cá nhân phải có văn bản thông báo kết quả trúng thầu. Hợp đồng hoặc văn bản đồng ý của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

2. Đề xuất các loại hình quảng cáo ngoài trời cần ưu tiên đầu tư và nguồn lực thực hiện

Khuyến khích doanh nghiệp quảng cáo xây dựng, lắp đặt chân trụ cho bảng quảng cáo độc lập, không dựng chân trụ bảng bằng thép hình để góp phần thu hẹp diện tích đất và không gian dành cho quảng cáo.

Cần ưu tiên, khuyến khích sử dụng hình thức màn hình điện tử Led, Led dạng dưới, Led 3D,...hoặc vật liệu mới, công nghệ mới có chất lượng tốt, nhằm hạn chế những tai nạn về ngã, đổ bảng quảng cáo do tác động của môi trường, mang tính thẩm mỹ cao, hiện đại cho sự phát triển của ngành quảng cáo Thành phố Hồ Chí Minh.

Việc bố trí, huy động nguồn lực cho việc đầu tư xây dựng hệ thống phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị được huy động đối đa từ nguồn ngân sách của địa phương, đơn vị.

Tùy vào từng trường hợp cụ thể, Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện có thể huy động nguồn lực xã hội hóa từ các tổ chức, cá nhân đầu tư xây dựng; cần bố trí sắp xếp, điều chỉnh nhằm tránh việc lãng phí nguồn lực này, tạo tiền đề thúc đẩy và ưu tiên hơn nữa cho các cá nhân khác tham gia đầu tư xây dựng. Đồng thời các cá nhân, tổ chức được hưởng quyền lợi ưu đãi và trách nhiệm như: Ưu đãi về giá thuê đất, thời hạn thuê đất (sẽ có văn bản thỏa

thuận giữa tổ chức cá nhân và đơn vị quản lý), có trách nhiệm phục vụ tuyên truyền nhiệm vụ chính trị của Nhà nước khi có yêu cầu (gồm các ngày lễ, tết, sự kiện văn hoá - chính trị) và hỗ trợ kinh phí in ấn sản phẩm tuyên truyền.

VIII. LỘ TRÌNH THỰC HIỆN

1. Giai đoạn 1: từ khi Quy hoạch được phê duyệt đến năm 2024

Công khai Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 trên các phương tiện truyền thông.

Tập huấn nội dung Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, Luật Quảng cáo và các quy định pháp luật có liên quan đến cán bộ, công chức sở, ngành liên quan, Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện, các hiệp hội, cá nhân, doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo.

Từng bước lập lại trật tự trên lĩnh vực quảng cáo ngoài trời, đảm bảo thực hiện đúng quy cách, diện tích, vị trí của các phương tiện quảng cáo ngoài trời được phê duyệt Quy hoạch.

2. Giai đoạn 2: Từ năm 2024 đến năm 2026

a) Triển khai công tác tiếp nhận thủ tục xin cấp phép xây dựng, hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo tại các vị trí quy hoạch quảng cáo ngoài trời được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt.

b) Các doanh nghiệp có bảng quảng cáo nằm trong vị trí đã được phê duyệt quy hoạch liên hệ với Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện tiến hành thủ tục xin cấp phép xây dựng quảng cáo theo quy định của Luật Quảng cáo.

c) Điều chỉnh, bổ sung và phê duyệt các vị trí quảng cáo ngoài trời giai đoạn 2 gồm các vị trí:

- Cổ động chính trị.
- Xã hội hóa cổ động chính trị kết hợp quảng cáo thương mại: Bảng quảng cáo, hộp đèn đứng độc lập trong khu vực đất công do nhà nước quản lý nói chung (đất công viên, hành lang an toàn giao thông,...).
- Quảng cáo thương mại: Bảng quảng cáo, hộp đèn đứng độc lập được xây dựng từ sau khi Luật Quảng cáo có hiệu lực nằm trong khuôn viên các khu đất đang được cấp quyền sử dụng cho cá nhân, tổ chức và các địa điểm công cộng khác; Bảng quảng cáo ốp tường.

d) 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. Hoàn chỉnh bản đồ quy hoạch hoạt động quảng cáo trên địa bàn Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện.

đ) Lập Hội đồng tư vấn đấu thầu vị trí quảng cáo. Thực hiện đấu thầu vị trí quy hoạch quảng cáo trên đất được Sở Giao thông vận tải hoặc các cơ quan nhà nước thành phố, quận, huyện trực tiếp quản lý.

3. Giai đoạn 3: từ năm 2026 đến năm 2030

a) Tiếp tục rà soát, điều chỉnh, hoàn thiện Quy hoạch quảng cáo ngoài trời ở giai đoạn cao hơn cho phù hợp với tình hình phát triển trên địa bàn Thành phố theo công nghệ hiện đại, tiên tiến.

b) Tiếp tục tổ chức đấu thầu các vị trí quảng cáo trên đất được Sở Giao thông vận tải hoặc các cơ quan nhà nước thành phố, quận, huyện trực tiếp quản lý.

c) 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.

IX. PHÂN CÔNG THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa và Thể thao

Tổ chức công bố, hướng dẫn triển khai thực hiện Quy hoạch quảng cáo theo quy định; xây dựng phần mềm quản lý cơ sở dữ liệu về vị trí quy hoạch bảng quảng cáo trên địa bàn Thành phố.

Kiểm tra, giám sát, tổng hợp tình hình thực hiện quy hoạch, báo cáo Ủy ban nhân dân Thành phố; đề xuất những biện pháp bổ sung, điều chỉnh quy hoạch đảm bảo phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội của thành phố, kịp thời đề xuất giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện.

2. Sở Giao thông vận tải, Sở Xây dựng, Sở Thông tin và Truyền thông, Công an Thành phố, Sở Tài Chính, Sở Quy hoạch - Kiến trúc, Sở Kế hoạch và Đầu tư, 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 Thành phố Thủ Đức và các quận, huyện triển khai thực hiện Quy hoạch quảng cáo ngoài trời sau khi được ban hành; Phối hợp điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch theo từng giai đoạn triển khai thực hiện.

Chỉ đạo Thanh tra Sở tiến hành thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm đối với bảng quảng cáo theo chuyên ngành, thẩm quyền.

3. Ủy ban nhân dân Thành phố Thủ Đức và quận, huyện

Tổ chức quản lý, thực hiện quy hoạch trên địa bàn theo đúng Quy hoạch được phê duyệt; rà soát, kiểm tra những vị trí tuyên truyền cổ động chính trị, quảng cáo không phù hợp với quy hoạch.

Căn cứ các quy định hiện hành của pháp luật và nội dung Quy hoạch được quy định tại Quyết định này chủ trì, phối hợp với các Sở ngành, đơn vị có liên quan tổ chức triển khai thực hiện theo đúng Quy hoạch; định kỳ hàng năm, tổng hợp tình hình và báo cáo kết quả thực hiện, cập nhật các vị trí theo nhu cầu, phù hợp với sự phát triển của địa phương gửi Sở Văn hóa và Thể thao tổng hợp, trình Ủy ban nhân dân Thành phố xem xét, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch.

Chỉ đạo Ủy ban nhân dân các xã, phường, thị trấn, các đơn vị chức năng tổ chức thanh tra, kiểm tra, xử lý các trường hợp vi phạm quy định của pháp luật về tuyên truyền, quảng cáo trên địa bàn.

X. PHÊ DUYỆT CÁC VỊ TRÍ QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐẾN NĂM 2030 – GIAI ĐOẠN 1

1. Phê duyệt các vị trí Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030- Giai đoạn 1

Trên cơ sở đề xuất của Thành phố Thủ Đức và 21 quận, huyện về quy hoạch quảng cáo ngoài trời của địa phương; các quy định pháp luật có liên quan và sự phù hợp với định hướng phát triển đô thị, đáp ứng nhu cầu quảng cáo ngoài trời của tổ chức, cá nhân;

Phê duyệt các vị trí Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 – Giai đoạn 1 đối với các vị trí: cổ động chính trị (không xã hội hóa); bảng quảng cáo ốp vào công trình xây dựng có sẵn; các vị trí trụ bảng quảng cáo đã được Ủy ban nhân dân Thành phố chấp thuận; các vị trí trụ bảng quảng cáo có văn bản chấp thuận thông báo sản phẩm quảng cáo từ trước năm 2012 (không nằm trong hành lang an toàn giao thông, đất công viên). Số lượng vị trí quy hoạch như sau:

STT	Hình thức thực hiện	Số lượng
I	CỔ ĐỘNG CHÍNH TRỊ	1.442
I.1	Vị trí/tuyến đường treo băng rôn	337
I.2	Trụ, cụm pano độc lập	993
I.3	Màn hình điện tử	103
I.4	Hình thức khác (cổng chào, dàn hoa ghép chữ)	9
II	QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI	1.063
II.1	Trụ độc lập, trong đó:	78
1.1	Trụ màn hình điện tử (led)	3
1.2	Trụ bảng hiflex, có đèn chiếu sáng	75
II.2	Bảng ốp tường (gắn vào công trình xây dựng có sẵn), trong đó:	918
2.1	Màn hình điện tử (led) ốp tường	142
2.2	Bảng hiflex ốp tường	776
II.3	Các hình thức khác: Chợ, Trung tâm thương mại, cây xăng, nhà chờ xe buýt,..	67
Tổng cộng vị trí (I +II)		2.505

2. Danh sách vị trí Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành Phố Thủ Đức và 21 quận, huyện – Giai đoạn 1

Phê duyệt danh sách các vị trí Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Thủ Đức và 21 quận, huyện đến năm 2030 – Giai đoạn 1, kèm theo bản đồ trích lục và phối cảnh vị trí quy hoạch theo các phụ lục đính kèm như sau:

Phụ lục 1: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 1 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 2: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Thành phố Thủ Đức đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 3: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 3 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 4: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 4 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 5: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 5 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 6: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 6 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 7: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 7 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 8: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 8 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 9: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận Phú Nhuận đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 10: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 10 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 11: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 11 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 12: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận 12 đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 13: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận Bình Thạnh đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 14: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận Bình Tân đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 15: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận Tân Bình đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 16: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận Tân Phú đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 17: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Quận Gò Vấp đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 18: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Huyện Nhà Bè đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 19: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Huyện Bình Chánh đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 20: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Huyện Củ Chi đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 21: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Huyện Hóc Môn đến năm 2030 – Giai đoạn 1.

Phụ lục 22: Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Huyện Cần Giờ đến năm 2030 – Giai đoạn 1.