

**BÁO CÁO
TỔNG KẾT VIỆC THI HÀNH LUẬT QUẢNG CÁO
CỦA HIỆP HỘI QUẢNG CÁO VIỆT NAM**

Căn cứ yêu cầu và hướng dẫn tại công văn số 2791/BVHTTDL-VHCS ngày 06/8/2021 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, sau khi lấy ý kiến ánh, góp ý của các thành viên, hội viên, Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam (Hiệp hội) trong phạm vi của mình, xin báo cáo việc tổng kết, đánh giá tình hình thực hiện Luật Quảng cáo từ năm 2013 đến nay.

I. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO CỦA CÁC DOANH NGHIỆP QUẢNG CÁO TỪ NĂM 2013 ĐẾN NAY

Luật Quảng cáo ra đời đã tạo một hành lang pháp lý cao hơn, hoàn thiện hơn nhằm tạo điều kiện cho hoạt động quảng cáo phát triển mạnh mẽ, đúng hướng nhưng trên thực tế thời gian qua hoạt động quảng cáo vẫn gặp nhiều khó khăn nên có phần giảm sút:

- Giai đoạn đầu thực hiện Luật, theo đánh giá của Quỹ Nghiên cứu Phát triển Quảng cáo (FAR) thuộc trường Đại học USC, Queensland, Australia, mấy năm gần đây, quảng cáo ở VN có xu hướng giảm bởi nhiều lý do, trong đó có phần do cơ chế quản lý còn hạn chế: Năm 2000 quảng cáo chiếm 0,62% GDP; năm 2010 xuống 0,54% ; năm 2014 xuống còn 0,51% và dự báo năm 2016 chỉ còn 0,48% GDP.

- Mấy năm gần đây, tình hình ít được cải thiện, đặc biệt từ 2020 đến nay với hậu quả do đại dịch Covid-19 gây ra, các hình thức quảng cáo truyền thống (báo chí, OOH, sự kiện...) bị giảm sút nặng nề, các doanh nghiệp quảng cáo ngoài trời, tổ chức sự kiện... hầu như bị tê liệt, đình đốn; quảng cáo trực tuyến có dịp phát triển hơn nhưng tới 70% doanh số rơi vào các hãng truyền thông nước ngoài.

- Theo một khảo sát năm 2020 của OOHClub có đến 97,7% thành viên của Hội Quảng cáo TP Hồ Chí Minh bị ảnh hưởng bởi đại dịch covid. Chính vì sự ảnh hưởng lớn từ dịch Covid-19 nên các công ty đều bị giảm doanh thu so với cùng kỳ năm ngoái. Cụ thể là 36,7% doanh nghiệp giảm từ 20 – 40% doanh thu, 30% công ty giảm 40 -60% và 23,3% công ty giảm trên 60% doanh thu. Trong đó hơn 50% các công ty phải thu hẹp quy mô kinh doanh. Năm 2021 này lại càng khốn đốn hơn.

II. VIỆC TRIỂN KHAI THI HÀNH LUẬT QUẢNG CÁO VÀ CÁC VĂN BẢN THI HÀNH

Đối với các doanh nghiệp quảng cáo, Luật Quảng cáo được coi như cẩm nang dẫn dắt cho hoạt động của doanh nghiệp. Vì vậy, Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam rất coi trọng và quan tâm đến việc triển khai tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn Luật và bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho hội viên trong quá trình thi hành Luật. Website www.vaa.org.vn của Hiệp hội luôn cập nhật, cung cấp đầy đủ, kịp thời cho hội viên và độc giả các văn bản của Quốc hội, Chính phủ, các bộ ngành và địa phương có liên quan đến hoạt động quảng cáo. Trong 9 năm thi hành Luật, với tư cách là đại diện cho hội viên và các doanh nghiệp trong lĩnh vực quảng cáo, Hiệp hội đã có gần 100 văn bản chính thức báo cáo, phản ánh, kiến nghị, đề xuất với Quốc hội, Chính phủ và cơ quan quản lý các cấp về những vấn đề liên quan đến việc thi hành Luật Quảng cáo cũng như những bất cập, khó khăn trong hoạt động quảng cáo. Nay, trên tinh thần tổng kết 10 năm thi hành Luật Quảng cáo, Hiệp hội xin được nói rõ hơn về những thuận lợi, khó khăn và những nguyên nhân trong việc triển khai Luật Quảng cáo như sau:

1. Thuận lợi:

- Luật Quảng cáo ra đời theo nhu cầu thực tế, kế thừa được tinh thần cơ bản từ Nghị định số 194-cp ngày 31-12-1994 của chính phủ về hoạt động quảng cáo trên lãnh thổ Việt Nam và Pháp lệnh Quảng cáo số 39/2001/PL-UBTVQH10 do UB Thường vụ Quốc hội ban hành năm 2001. Do vậy, Luật Quảng cáo đã bao quát được hầu hết các đối tượng; nội dung, hình thức, điều kiện quảng cáo, thời lượng, diện tích quảng cáo được quy định cụ thể hơn; công tác quy hoạch quảng cáo ngoài trời được hướng dẫn cụ thể; thủ tục hành chính được đơn giản hóa,...là những sở cứ quan trọng để các tổ chức, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo bám sát, thực hiện.

- Quá trình thực hiện Luật Quảng cáo và các văn bản hướng dẫn thời gian qua đã mang lại một số kết quả nhất định: Các doanh nghiệp nhận thức được rõ về trách nhiệm, quyền lợi, nghĩa vụ trong sản xuất kinh doanh quảng cáo; vai trò, hiệu lực quản lý của các cơ quan nhà nước được nâng cao, một số thủ tục được gỡ bỏ tạo thuận lợi hơn cho người làm quảng cáo... đưa hoạt động quảng cáo ngày càng đi vào nền nếp, góp phần tích cực vào việc phát triển đời sống kinh tế, xã hội của địa phương và cả nước.

- Tổ chức nghề nghiệp về quảng cáo được quy định rõ nhiệm vụ, quyền hạn, tạo cơ hội để phát huy vai trò làm cầu nối giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước.

2. Khó khăn, hạn chế

Ngay từ khi có Luật Quảng cáo, qua các hội nghị, hội thảo, qua phản ánh của hội viên, Hiệp hội đã phản ánh với cơ quan quản lý các cấp khá nhiều khó khăn, hạn chế làm ảnh hưởng không ít đến hoạt động quảng cáo. Phần lớn những khó khăn, hạn chế này đã được Bộ VHTTDL ghi nhận tại Báo cáo Tổng kết 5 năm thực hiện Luật Quảng cáo nhưng đến nay vẫn chưa có nhiều chuyển biến, nay Hiệp hội xin được nhắc lại và bổ sung:

- Nhiều khái niệm, từ ngữ trong các văn bản chủ yếu mang tính định tính, chưa được giải thích cụ thể rõ ràng tạo ra những cách hiểu khác nhau giữa các cơ quan quản lý, gây khó khăn cho người người thực hiện. Một số hình thức, phương tiện quảng cáo mới ra đời chưa được sự hướng dẫn kịp thời.

- Một số quy định về diện tích, thời lượng, tỷ lệ quảng cáo trên các phương tiện, đặc biệt trong lĩnh vực báo chí đã có nhiều bất cập, không còn hợp lý như: Quy định về “Thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo không ở vùng cố định vượt quá 1,5 giây” là thiếu thực tế, quá ngắn để có thể truyền tải thông điệp; hoặc không được “Thiết kế, bố trí phần quảng cáo lẫn vào phần nội dung tin bài” khiến các công cụ tiếp cận khách hàng thông qua sản phẩm truyền thông chính thống bị thu hẹp, gây nhiều trở ngại, khó khăn cho ngành quảng cáo.

- Phương thức đấu thầu được quy định trong Luật Quảng cáo nhằm tạo điều kiện cho nhiều doanh nghiệp quảng cáo tham gia để minh bạch và đảm bảo mục tiêu, hiệu quả của đấu thầu nhưng đến nay vẫn chưa có hướng dẫn cụ thể.

- Quy hoạch quảng cáo ở nhiều tỉnh, thành chưa được hoàn chỉnh, chất lượng không cao, thiếu công khai, doanh nghiệp khó được tiếp cận.

- Thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo cải cách còn chậm vẫn nặng tình trạng xin-cho. Việc nộp hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo bằng hình thức trực tuyến còn nhiều trục trặc về kỹ thuật, nhân sự.

- Ở địa phương có nơi còn ban hành những quy định không phù hợp với văn bản của trên; quy định về thủ tục hồ sơ “Thông báo nội dung quảng cáo”, về diện tích bảng biển, về thời hạn quảng cáo đối với phương tiện quảng cáo ngoài trời không nhất quán, nơi cho 1 năm, nơi cho 6 tháng, có nơi chỉ cho 3 tháng một. Có tình trạng một sản phẩm quảng cáo cùng một mẫu, cùng nội dung nhưng có nơi thì duyệt cho quảng cáo, nơi không duyệt cho. Thông tư số 19/2013/TT-BXD ngày 31/10/2013 do Bộ Xây dựng ban hành kèm Quy chuẩn kỹ thuật Quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời đã được thay thế bằng Thông tư 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018 nhưng đến nay vẫn có địa phương không thực hiện.

- Thủ tục xin phép xây dựng bảng quảng cáo rất khó khăn, phức tạp:

+ Hồ sơ cần chuẩn bị khi xin phép xây dựng công trình quảng cáo nhiều hơn rất nhiều so với quy định của Luật Quảng cáo.

+ Quy định về thủ tục cấp phép xây dựng bảng quảng cáo theo Luật Quảng cáo chỉ là 15 ngày làm việc nếu đã có trong quy hoạch, còn chưa có trong quy hoạch thì tối đa cũng chỉ 25 ngày. Nhưng thực tế cả 2 bước thẩm định từ huyện, quận đến sở thời gian xin cấp phép lên tới 47 ngày. Những bảng quảng cáo phù hợp với quy hoạch quảng cáo của địa phương, đảm bảo kết cấu an toàn có xác nhận của đơn vị tư vấn thiết kế nhưng doanh nghiệp không thỏa thuận được không gian nhà bên cạnh nên không xin được giấy phép xây dựng.

3. Nguyên nhân

a) Về văn bản pháp luật: Ngoài Luật Quảng cáo của Quốc hội, 02 nghị định của Chính phủ và 05 Thông tư của ngành Văn hóa, hoạt động quảng cáo hiện còn bị chi phối bởi trên 20 văn bản luật, nghị định; hàng chục thông tư của các bộ, ngành và cả trăm văn bản tự các địa phương ban hành. Qua quá trình triển khai, các văn bản đã bộc lộ khá nhiều bất cập:

- *Giữa các văn bản còn thiếu tính nhất quán, đồng bộ, còn chồng chéo; có văn bản thiếu khả thi, thậm chí một số văn bản còn có nội dung trái ngược, mâu thuẫn với nhau, ví dụ:*

- + Điều 12, Nghị định 181/NĐ-CP chưa phù hợp với Điều 19 Luật quảng cáo.
- + Điều 95 Luật Xây dựng năm 2015 mâu thuẫn với Điều 31 Luật Quảng cáo.
- + Thông tư số 19/2013/TT-BXD do Bộ Xây dựng ban hành kèm Quy chuẩn kỹ thuật Quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời có một số quy định không phù hợp với thực tế, làm khó khăn cho địa phương trong quá trình xây dựng quy hoạch.

+ Luật Quảng cáo đã quy định cấm không được quảng cáo chằng ngang qua đường giao thông nhưng Thông tư 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018 của Bộ Xây dựng lại không cấm quảng cáo mặt ngoài cầu vượt băng qua đường giao thông.

+ Luật Dược số 105/2016/QH13 có những quy định thắt chặt hơn về hoạt động quảng cáo thuốc mà Luật Quảng cáo năm 2012 đã cởi bỏ....

- *Nhiều bất cập nảy sinh từ các văn bản pháp luật và các văn bản hướng dẫn về quảng cáo được cơ sở phản ánh nhưng không được tháo gỡ kịp thời hoặc bị bỏ qua (phụ lục bổ sung kèm theo), xin đơn cử:*

+ Đến nay sự chưa phù hợp giữa Điều 12 Nghị định 181/NĐ-CP với Điều 19 Luật quảng cáo vẫn chưa được điều chỉnh.

+ Quy chuẩn kỹ thuật Quốc gia QCVN 17:2013/BXD (QCVN 17) về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời ban hành kèm theo Thông tư số 19/2013/TT-BXD của Bộ Xây dựng có nhiều điểm chưa phù hợp được HHQCVN phản ánh ngay từ năm 2014 nhưng mãi đến năm 2018 mới được điều chỉnh.

+ Những điều kiện về thủ tục cấp phép xây dựng với nhiều điểm mâu thuẫn tồn tại trước, sau Luật Quảng cáo như Luật Đất đai hoặc như Luật Xây dựng số 50/2014 quy định hồ sơ cấp giấy phép xây dựng bảng quảng cáo phải có “*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*”... mãi gần đây mới được chỉnh sửa một phần theo tinh thần của Nghị quyết số 19-2016/NQ-CP ngày 28/4/2016, Nghị quyết số 35-2016/NQ-CP ngày 16/5/2016 và Chỉ thị 17/CT-TTg ngày 09/5/2017 “*V/v tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo*”.

+ Điều 6, Khoản 10, Điểm a; Điều 79, Khoản 1 và Khoản 3 Luật Dược số 105/2016/QH13 có hiệu lực từ ngày 01/01/2017 có nhưng quy định chặt chẽ hơn về hoạt động quảng cáo thuốc mà Luật Quảng cáo năm 2012 quy định.

+ Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 của Chính phủ “Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo” còn một số điểm (khoản 2, điểm a khoản 3, Điều 51;) chưa phù hợp với Nghị định 181/2013/NĐ-CP và với thực tế (Điều 38, 39, 40).

+ Thông tư số 13/2020/TT-BGTVT ngày 29/06/2020 của Bộ trưởng Bộ Giao thông Vận tải sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT sửa đổi, bổ sung Điều 13 làm thủ tục xin cấp phép rườm rà...

- Một số địa phương còn ban hành những tiêu chuẩn, quy định riêng không phù hợp với các văn bản cấp trên gây thêm khó khăn cho doanh nghiệp. Quy trình để hoàn thành thủ tục lắp đặt màn hình Led rất phức tạp phải thông qua UBND TP và nhiều Sở, ngành liên quan, và thông qua nhiều lần làm mất rất nhiều thời gian và chi phí của doanh nghiệp.

b) Về công tác quản lý nhà nước:

- Việc tuyên truyền, phổ biến pháp luật về hoạt động quảng cáo còn yếu, chưa được thường xuyên, rộng rãi đến các đối tượng. Còn nặng về kiểm tra xử lý, áp đặt hơn là việc tuyên truyền, đối thoại công khai, minh bạch với doanh nghiệp.

- Chưa bắt kịp với tình hình trước sự phát triển rất nhanh của các loại hình quảng cáo để kịp thời có sự uốn nắn, định hướng. Trong khi quảng cáo trên các nền tảng xã hội chiếm tới trên 70% thị phần quảng cáo mà phần lớn rơi vào tay các đối tác nước ngoài được thỏa sức tung hoành mà chưa có biện pháp ngăn chặn hiệu quả thì các nhà quản lý chỉ nhằm soi xét, xiết chặt phương tiện quảng cáo ngoài trời chiếm có từ 3- 5% thị phần mà do các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện.

- Cơ quan quản lý còn ít quan tâm, không kịp thời giải quyết những khó khăn, vướng mắc khi các doanh nghiệp phản ánh, cầu cứu. Quyền lợi, tài sản của các doanh nghiệp chưa được coi trọng.

- Việc kiểm tra, xử lý còn chông chéo, nhiều lực lượng tham gia nhưng việc xử lý còn hạn chế, thiếu chế tài đối với đối tượng vi phạm nên hiệu quả xử lý không cao để tình trạng quảng cáo không phép, sai phép vẫn còn phổ biến ở nhiều địa phương

- Hệ thống tổ chức quản lý về quảng cáo chưa chuyên nghiệp, còn phân tán bởi nhiều cơ quan; phân định trách nhiệm, phân cấp quản lý chưa rõ ràng.

- Đội ngũ cán bộ quản lý còn yếu, ít được bồi dưỡng nghiệp vụ, nâng cao năng lực để bắt kịp với tình hình. Kinh phí, phương tiện, điều kiện phục vụ cho việc quản lý còn rất hạn chế.

- Phương thức quản lý chưa bắt kịp với thời đại kỹ thuật số. Chưa xây dựng được dữ liệu Data để có thể cung cấp được những số liệu chính thống, đáng tin cậy

về số lượng các doanh nghiệp quảng cáo, về doanh số, về các thị phần quảng cáo trong nước... Một số chủ trương, chính sách, định hướng lớn liên quan thiết thực đến hoạt động quảng cáo như Quyết định 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ “*Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2020*”; Chỉ thị 17/CT-TTg ngày 09/5/2017 “*V/v tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo*”, không được sơ kết, tổng kết kịp thời.

c) Về phía các doanh nghiệp và hội nghề nghiệp:

- Các doanh nghiệp chưa mạnh dạn tận dụng, bảo vệ quyền lợi chính đáng của mình. Nhiều doanh nghiệp chưa thực hiện đầy đủ nghĩa vụ và trách nhiệm của mình, còn làm quảng cáo treo, dựng tùy tiện không phép, sai phép, kém chất lượng, cạnh tranh không lành mạnh, tiếp tay cho tiêu cực, quảng cáo sai sự thật, phản cảm, không phù hợp với thuần phong mỹ tục VN gây bức xúc cho xã hội, làm ảnh hưởng xấu đến hình ảnh chung của ngành quảng cáo, làm mất lòng tin của các nhà quản lý.

- Các hội nghề nghiệp về quảng cáo nhìn chung chưa phát huy hết chức năng nhiệm vụ do Luật quy định. Một mặt do hạn chế về nhân sự, điều kiện, kinh phí hoạt động. Mặt khác, chưa được cơ quan quản lý quan tâm đúng mức, chưa tạo điều kiện để phát huy vai trò làm cầu nối giữa hội viên với cơ quan quản lý.

- HHQCVN, trong thời gian qua luôn duy trì quan hệ, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý tuy đã có những cố gắng trong việc tuyên truyền, nhắc nhở, động viên hội viên nghiêm túc chấp hành các văn bản quy định của pháp luật và phản ánh đầy đủ, kịp thời những khó khăn vướng mắc của hội viên đến các cơ quan quản lý nhưng cũng chưa thực hiện được đầy đủ nhiệm vụ và quyền hạn như Luật định; chưa được cơ quan quản lý chủ động trong công tác xây dựng luật, tham gia Hội đồng thẩm định sản phẩm quảng cáo; chưa thực hiện được việc xây dựng, ban hành và hướng dẫn Quy tắc ứng xử trong hoạt động quảng cáo đối với ngành, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trên lãnh thổ Việt Nam theo Điều 5 Quy tắc ứng xử trong hoạt động quảng cáo do Bộ Văn hóa, Thể thao Du lịch ban hành kèm theo Quyết định số 4149/QĐ- BVHTTDL ngày 03/11/2017 do chưa được Nhà nước hỗ trợ kinh phí.

IV. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

1. Đề xuất, kiến nghị các giải pháp để tổ chức thi hành Luật quảng cáo có hiệu quả

Tháo gỡ những khó khăn vướng mắc và khắc phục những nguyên nhân nêu trên một cách tích cực chính là giải pháp lớn nhất, cơ bản nhất để Luật Quảng cáo được thi hành có hiệu quả. Tuy vậy, Hiệp hội xin nhấn mạnh vào một số đề xuất, kiến nghị như sau:

- Trên thực tế, hoạt động quảng cáo ở Việt Nam chưa được quan tâm đúng mức. Cộng đồng xã hội và cả các cơ quan quản lý chưa thấy hết được mặt tích cực

cơ bản của quảng cáo, thậm chí còn có phần định kiến về quảng cáo. Hiệp hội đề nghị Nhà nước cần có biện pháp tích cực để phổ biến, nâng cao nhận thức của cộng đồng cũng như của cơ quan quản lý các cấp về vai trò của quảng cáo trong nền kinh tế thị trường theo giải pháp tại Quyết định 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ “ Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đề ra.

- Trong khi Luật Quảng cáo chưa được bổ sung, sửa đổi, đề nghị Quốc hội, Chính phủ:

+ Chỉ đạo các bộ, ngành, địa phương rà soát lại các văn bản có liên quan đến hoạt động quảng cáo từ trung ương đến địa phương và nhanh chóng sửa đổi, có biện pháp khắc phục ngay những bất cập do văn bản đưa ra để tạo niềm tin cho doanh nghiệp với các chính sách hỗ trợ của Nhà nước.

+ Nghiên cứu tổ chức lại các cơ quan quản lý hoạt động quảng cáo cả nước theo hình thức tập trung, một đầu mối, có bộ máy chuyên nghiệp, quản lý hiệu quả. Đặc biệt quan tâm đến việc chuyển đổi số vì quảng cáo là một trong những ngành đi đầu trong chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ số trong mọi hoạt động.

- Kính đề nghị Bộ VHTTDL:

+ Hướng dẫn các địa phương rà soát lại các văn bản của địa phương ban hành về quản lý quảng cáo và điều chỉnh những điểm không phù hợp với quy định chung; bổ sung, hoàn chỉnh quy hoạch quảng cáo theo hướng “mở” và công khai rộng rãi quy hoạch quảng cáo tại địa phương; tăng cường phân cấp cho quận, huyện quản lý các loại quảng cáo nhỏ, banner, băng-rôn...theo quy hoạch đã duyệt.

+ Tiếp tục nghiên cứu để giảm thiểu các thủ tục hành chính và hướng dẫn các địa phương thống nhất thực hiện giải quyết hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo theo hình thức trực tuyến, đảm bảo đúng quy trình, đúng thời hạn quy định.

+ Đẩy mạnh công tác chỉ đạo hoạt động nghiên cứu, ứng dụng khoa học, khuyến khích ứng dụng nền tảng kỹ thuật số vào việc quản lý quảng cáo; tăng cường công tác đào tạo bồi dưỡng nhân lực cho hoạt động quảng cáo.

+ Sửa đổi, bổ sung Thông tư số 10/2013/TT-BVHTTDL ngày 26/12/2013. Củng cố, tổ chức lại Hội đồng Thẩm định sản phẩm quảng cáo để Hội đồng hoạt động hiệu quả hơn, tiến tới là tổ chức chính để thẩm định nội dung quảng cáo thay cho các địa phương.

+ Hỗ trợ Hiệp hội trong việc xây dựng Quy tắc ứng xử (Quy chuẩn quảng cáo) trong hoạt động quảng cáo đối với ngành, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trên lãnh thổ Việt Nam theo Quyết định số 4149/QĐ-BVHTTDL cho sát hợp với thông lệ quốc tế và khu vực làm căn cứ cho người thực hiện quảng cáo và cũng là cơ sở để thực hiện việc thẩm định một cách khoa học, minh bạch.

2. Đề xuất các nội dung cần sửa đổi luật Quảng cáo

Luật Quảng cáo năm 2013 được thi hành gần 10 năm đã bộc lộ một số bất cập so với tình hình thực tế rất cần được sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với sự phát triển của đất nước và xu hướng hòa nhập với thế giới ngày càng tăng. Hiệp hội xin đề xuất sửa đổi một số nội dung sau đây:

- **Điều 6:** Đề nghị bãi bỏ vì hợp đồng là nguyên tắc tối thiểu giữa các đối tác đã được quy định trong Luật Doanh nghiệp.

- **Điều 7:** Đề nghị bỏ khoản 4, về cấm quảng cáo “Sản phẩm sữa thay thế sữa mẹ dùng cho trẻ dưới 24 tháng tuổi, sản phẩm dinh dưỡng bổ sung cho trẻ dưới 06 tháng tuổi; bình bú và vú ngậm nhân tạo”:

- **Điều 8:** Đề nghị cụ thể hóa ngay trong Luật hoặc văn bản hướng dẫn các khái niệm, từ ngữ mang tính chất định tính, dễ gây ra cách hiểu khác nhau khó cho việc thực hiện như: Thiếu thẩm mỹ, trái với truyền thống thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục Việt Nam, kỳ thị dân tộc; quảng cáo tạo cho trẻ em có suy nghĩ, lời nói hành động trái với đạo đức, thuần phong mỹ tục...

Khoản 11 và Thông tư số 10/2013/TT-BVHTTDL của Bộ VHTTDL cần quy định rõ cơ quan thẩm định và thời hạn cụ thể kể từ ngày nhận được kết quả thẩm định đồng ý cho phép cho tổ chức, cá nhân được sử dụng từ ngữ “nhất”, “duy nhất”, “tốt nhất”, “số một” hoặc từ ngữ có ý nghĩa tương tự trong các nội dung quảng cáo.

- **Điều 9:** Đề nghị giao cho HHQCVN làm thường trực Hội đồng Thẩm định sản phẩm quảng cáo, giúp Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xem xét, kết luận.

- **Điều 10, mục b, khoản 2,** Đề nghị sửa đổi tên “*bộ quy tắc ứng xử nghề nghiệp quảng cáo*” thành “*bộ quy chuẩn quảng cáo*” để đưa ra những tiêu chí cụ thể, chi tiết hướng dẫn cho người làm quảng cáo nội dung, hình thức thực hiện, giảm được tối đa thủ tục xin xét duyệt hồ sơ.

- **Đ.13 + Điều 15:** Đề nghị bổ sung quyền sở hữu tài sản, quyền được hỗ trợ, đền bù các sản phẩm quảng cáo đầu tư hợp pháp của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo trong trường hợp phải tháo dỡ, di chuyển khi địa phương có yêu cầu thay đổi quy hoạch (mở đường, phát triển nhà ở hoặc công trình văn hoá xã hội...).

- **Điều 17:** Đề nghị bổ sung, thêm các hình thức, phương tiện quảng cáo mới.

- **Điều 19:** Đề nghị với Chính phủ điều chỉnh lại Điều 12, Nghị định 181/2013/NĐ-CP cho phù hợp với khoản 2 Điều 19 Luật quảng cáo. Bãi bỏ yêu cầu xác nhận nội dung quảng cáo các sản phẩm, hành hóa, dịch vụ đặc biệt. Hoặc điều chỉnh Luật Quảng cáo cho thống nhất với Nghị định 181/2013/NĐ-CP.

- **Đ.20.** Cần sửa lại tên Điều là “**Sản phẩm quảng cáo có điều kiện**” cho phù hợp với nội dung của Điều này. Đồng thời bổ sung thêm những điều kiện mới để khỏi phải có Nghị định hướng dẫn như ND 181.

- **Điều 21:** Đề nghị bãi bỏ quy định khống chế về diện tích quảng cáo (k.1) và xin phép ra phụ trương quảng cáo (K.2, K.3).

- **Điều 22:** Đề nghị bỏ quy định về thời lượng, tần suất quảng cáo trên báo nói, báo hình (k.1, K.4); điều chỉnh tỷ lệ chạy chữ quảng cáo (k.5).

- **Điều 23:** Đề nghị điều chỉnh lại nội dung điểm a, b khoản 1 về thiết kế, bố trí thời gian quảng cáo trên báo điện tử và trang thông tin mạng cho phù hợp với thực tế và thông lệ quốc tế.

- **Điều 24:** Đề nghị điều chỉnh nội dung cho phù hợp với Luật An ninh mạng.

- **Điều 25 + 26:** Đề nghị xem xét bãi bỏ về diện tích quảng cáo trên xuất bản phẩm; thời lượng quảng cáo trong bản ghi âm, ghi hình.

- **Điều 27, khoản 3, điểm a:** Đề nghị xem xét, cho nâng diện tích thể hiện biểu trưng, logo lên không quá 30%.

- **Điều 29:** Đề nghị nghiên cứu giảm thiểu số lượng hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo, làm rõ có loại nộp mới, có loại chỉ phải nộp một lần (như Giấy ĐKKD, Giấy phép XD...).

- **Điều 30:** Thời hạn giữa khoản 1 (15 ngày) và khoản 2 (05 ngày) mâu thuẫn nhau. Đề nghị bãi bỏ quy định cấp giấy Thông báo sản phẩm quảng cáo hiện nay trên bảng quảng cáo, băng-rôn như việc quảng cáo trên màn hình chuyên quảng cáo. Các doanh nghiệp chỉ cần nộp hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo trực tuyến và thực hiện đúng vị trí đã quy hoạch là được phép thực hiện. Cơ quan quản lý chỉ làm công tác hậu kiểm.

- **Điều 31:** Đề nghị điều chỉnh lại hồ sơ và thủ tục, trình tự cấp giấy phép xây dựng cho phù hợp với đặc điểm của ngành quảng cáo.

- **Điều 32:** Đề nghị bỏ quy định về diện tích quảng cáo trên phương tiện giao thông.

Với nội dung báo cáo trên đây, kèm với phụ lục “Đề xuất sửa đổi, điều chỉnh một số văn bản cho phù hợp với Luật Quảng cáo”, Hiệp hội mong muốn được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tham khảo để chuẩn bị cho việc tổng kết 10 năm thực hiện Luật Quảng cáo được kết quả./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Vụ Văn hóa, Giáo dục VPQH (để b/c);
- VCCI (để b/c);
- Vụ Pháp chế, Bộ VHTTDL;
- Lưu VPHH.

TM. BAN CHẤP HÀNH HIỆP HỘI
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH TT KIỂM TỔNG THƯ KÝ



Nguyễn Trường Sơn

PHỤ LỤC
ĐỀ XUẤT SỬA ĐỔI, ĐIỀU CHỈNH MỘT SỐ VĂN BẢN
CHO PHÙ HỢP VỚI LUẬT QUẢNG CÁO

1. Luật Thương mại năm 2005

Đề nghị bỏ mục Quảng cáo thương mại vì đã có Luật Quảng cáo quy định đầy đủ cho hoạt động quảng cáo trong nền kinh tế.

2. Đề nghị sửa Luật số 55/2010/QH 12 Luật An toàn thực phẩm :

- Bỏ khoản 2 và 3 của Điều 43 quy định về Quảng cáo thực phẩm (đã có quy định trong Luật Quảng cáo).

- Khoản 2 Điều 20, khoản 4 Điều 21 và khoản 3 điều 22 nội dung cấp Giấy xác nhận nội dung quảng cáo trong Nghị định số 38/2012/NĐ-CP ngày 25/4/2012 của Chính phủ Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm trái với Luật Quảng cáo.

- NĐ 38/2012/NĐ-CP có sự nhầm lẫn về từ ngữ giữa “thực phẩm chức năng” và “thực phẩm bảo vệ sức khỏe” mâu thuẫn với Nghị định 15/2018/NĐ-CP ban hành ngày 2 tháng 2 năm 2018 quy định chi tiết một số điều của Luật An toàn thực phẩm, trong đó quy định khuyến cáo “Thực phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.

3. Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 của Chính phủ “Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo” còn một số điểm (khoản 2, điểm a khoản 3, Điều 51;) chưa phù hợp với Nghị định 181/2013/NĐ-CP và với thực tế (Điều 38, 39, 40).

4. Đề xuất xem xét sửa đổi QCVN17/2018 ban hành theo Thông tư 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018:

- Bỏ quy định phương tiện quảng cáo phải đảm bảo ở bên ngoài hành lang an toàn giao thông đường bộ; điều chỉnh nội dung mục 2.2.2.2 QCVN17/2018/BXD ban hành theo thông tư 04/TT-BXD ngày 20/5/2018 về chiều cao tối thiểu của màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời phù hợp với thực tế và kiến trúc, mỹ quan của mỗi địa phương.

- Luật Quảng cáo đã quy định cấm không được quảng cáo chằng ngang qua đường giao thông nhưng Thông tư 04/2018/TT-BXD lại không cấm quảng cáo mặt ngoài cầu vượt băng qua đường giao thông.

5. NĐ100/2013/NĐ – CP ngày 3/9/2013 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: Điều 15. Giới hạn hành lang an toàn đường bộ không đồng nhất giữa Thông tư Bộ Xây Dựng số: 04/2018/TT-BXD, ngày 20/5/2018

6. Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT Khoảng cách an toàn đường bộ theo chiều ngang đối với công trình thiết yếu: Khoảng cách tối thiểu từ mép đường đến cạnh gần nhất của bảng quảng cáo không đồng nhất với Thông tư Bộ Xây Dựng số: 04/2018/TT-BXD, ngày 20/5/2018 quy định về khoảng cách và Nghị định số: 100/2013/NĐ-CP ngày 3/9/2013./.