

HIỆP HỘI TINH DẦU HƯƠNG LIỆU MỸ PHẨM VIỆT NAM

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

-----oOo-----

Số: 45/CV-HH

V/v: góp ý về Luật Quảng cáo và các văn bản quy định chi tiết

Hà Nội, ngày 21 tháng 9 năm 2021

Kính gửi: Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam

Hiệp hội Tinh dầu - Hương liệu và Mỹ phẩm Việt Nam (VOCA) xin gửi lời chào trân trọng tới Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam.

Theo công văn số 2791/BVHTTDL-VHCS ngày 6/8/2021, chúng tôi được biết Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang triển khai lấy ý kiến của Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam về tình hình thi hành Luật Quảng cáo và các văn bản quy định chi tiết. Hiệp Hội đánh giá cao và ủng hộ việc lấy ý kiến để đánh giá lại việc thực thi Luật và các văn bản liên quan trong thời gian qua.

Đại diện cho các doanh nghiệp trong ngành mỹ phẩm tại Việt Nam, Hiệp Hội kính gửi Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam một số đề xuất, kiến nghị dưới đây liên quan đến quy định quản lý quảng cáo Mỹ phẩm. Chúng tôi kính mong được quý cơ quan hỗ trợ tổng hợp, báo cáo với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xem xét đưa vào dự thảo sửa đổi các quy định về quảng cáo nhằm tháo gỡ các khó khăn vướng mắc của doanh nghiệp.

1. Đề nghị sửa đổi Nghị định 181/2013/NĐ-CP theo hướng bỏ yêu cầu xác nhận quảng cáo mỹ phẩm

Theo khoản 1, Điều 12 Nghị định 181/2013/NĐ-CP, việc quảng cáo mỹ phẩm chỉ được thực hiện sau khi cơ quan nhà nước có thẩm quyền (các Sở Y tế theo hướng dẫn tại Thông tư 09/2015/TT-BYT của Bộ Y tế) xác nhận nội dung quảng cáo, chúng tôi đề nghị bỏ Mỹ phẩm ra khỏi điều 12 nói trên vì các lí do sau:

i. Về mặt quy định:

Luật Quảng cáo không yêu cầu xác nhận nội dung quảng cáo sản phẩm mỹ phẩm. Cụ thể khoản 4.b) Điều 20 Luật Quảng cáo chỉ quy định điều kiện để một sản phẩm mỹ phẩm được quảng cáo là có phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm. Như vậy Nghị định 181/2013/NĐ-CP đã bổ sung thêm yêu cầu về giấy phép so với Luật.

Thông qua nhiều kênh trao đổi, đối thoại, các doanh nghiệp đã đề xuất Bộ Y tế bỏ giấy phép, chuyển đổi hình thức quản lý quảng cáo mỹ phẩm từ tiền kiểm sang hậu kiểm. Bộ Y tế cũng đã đồng thuận với chủ trương này (theo Công văn số 21305/QLD-MP ngày 19 tháng 12 năm 2019 của Cục Quản lý Dược, Bộ Y tế gửi doanh nghiệp và các bộ ngành).



Tuy nhiên, cho đến nay đã gần 2 năm, các quy định về xác nhận quảng cáo mỹ phẩm vẫn chưa được sửa đổi do vướng Nghị định 181/2013/NĐ-CP thuộc phạm vi quản lý của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, vì vậy Bộ Y tế chưa thể ban hành quy định bãi bỏ Thông tư 09/2015/TT-BYT. Do đó việc điều chỉnh Nghị định 181 tại thời điểm này là hoàn toàn phù hợp với quy định cũng như quan điểm quản lý của Bộ chuyên ngành.

- ii. **Về mặt quản lý:** Hiệp Hội nhận thấy yêu cầu xác nhận quảng cáo không có ý nghĩa nhiều về mặt quản lý và giải quyết tranh chấp so với việc tập trung thanh kiểm tra hoạt động quảng cáo thực tế trên thị trường, nhất là trong thời đại bùng nổ hoạt động trên mạng xã hội, tốc độ cập nhật và lan tỏa thông tin tính theo từng phút như hiện nay.

Theo xu hướng của khu vực và trên thế giới, đa số các nước đều không yêu cầu phê duyệt của cơ quan chức năng đối với nội dung quảng cáo mỹ phẩm. Doanh nghiệp có trách nhiệm tuân thủ quy định pháp luật về quảng cáo còn cơ quan chức năng tiến hành hậu kiểm để nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp, đồng thời tạo cho doanh nghiệp sự chủ động, linh hoạt trong kế hoạch kinh doanh của mình.

Tham chiếu với các mặt hàng khác, mỹ phẩm là sản phẩm tiếp xúc với bộ phận bên ngoài cơ thể, nguy cơ gây nguy hiểm cho sức khỏe người tiêu dùng thấp hơn sản phẩm thực phẩm. Trong khi đó, Bộ Y tế đã gỡ bỏ yêu cầu xác nhận quảng cáo cho sản phẩm thực phẩm thường từ năm 2018, điều này chứng minh rằng việc gỡ bỏ cho sản phẩm tiêu dùng thông thường như mỹ phẩm là hoàn toàn hợp lý.

- iii. **Về thực trạng triển khai và xu hướng phát triển:** Kênh thương mại điện tử và các kênh quảng cáo trực tuyến khác đang phát triển nhanh chóng, thông điệp quảng cáo cần cập nhật hàng ngày, thậm chí hàng giờ. Doanh nghiệp tại Việt Nam khó có thể đuổi kịp tốc độ này với quy trình nộp hồ sơ, tiếp nhận, xử lý, trả kết quả phê duyệt 3-4 tuần như quy trình bình thường. So với các nước khác trong khu vực và trên thế giới, yêu cầu phê duyệt ở Việt Nam không chỉ làm chậm quá trình sản phẩm tiếp cận người tiêu dùng mà còn làm tăng đáng kể chi phí của doanh nghiệp, tạo nhiều trở ngại trong việc xây dựng kế hoạch truyền thông, kinh doanh.

Trong giai đoạn giãn cách xã hội hoặc “bình thường mới” do đại dịch Covid-19, thủ tục nộp hồ sơ và nhận kết quả phê duyệt quảng cáo tại nhiều tỉnh thành bị tạm dừng hoặc trở nên phức tạp kéo dài hơn rất nhiều. Đa số các tỉnh thành chưa hoàn thiện công dịch vụ công mức độ 4 nên trong thời gian dịch bệnh, việc nộp hồ sơ qua đường bưu điện cực kỳ phức tạp và tốn thời gian.

Đặc biệt trong giai đoạn dịch bùng nổ tại khu vực phía Nam, một số Sở Y tế đã có thông báo dừng tiếp nhận hồ sơ quảng cáo mỹ phẩm khiến cho hoạt động của doanh nghiệp bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Trong khi đó, đại đa số các sản phẩm mỹ phẩm là hàng thiết yếu cho đời sống hàng ngày (như dầu gội, sữa tắm, kem đánh răng, nước rửa tay...). Doanh nghiệp cần duy trì việc sản xuất, lưu thông và cung ứng các sản phẩm này trên nhiều kênh, đặc biệt là qua kênh thương mại điện tử. Việc phải cần phê duyệt quảng cáo đang cản trở

cơ hội phát triển của ngành đặc biệt là cản trở sự phát triển kênh bán hàng quan trọng nhất hiện nay là thương mại điện tử.

X **Hiệp Hội kính đề nghị quý Hiệp hội Quảng cáo đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xem xét để sớm gỡ bỏ yêu cầu phê duyệt nội dung quảng cáo mỹ phẩm tại Nghị định 181/2013/NĐ-CP**, triển khai áp dụng hậu kiểm quảng cáo mỹ phẩm để doanh nghiệp có thể thực hiện các phương án truyền thông nhanh chóng, hiệu quả, đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh ổn định, hạn chế các ảnh hưởng do yếu tố ngoại cảnh như dịch bệnh, thiên tai. Chúng tôi tin rằng điều này cũng sẽ giúp giảm tải cho cơ quan quản lý trong việc phê duyệt hồ sơ, bảo đảm sự nhất quán, đồng bộ của các quy định Luật và các văn bản pháp luật liên quan, nâng cao tính cạnh tranh của doanh nghiệp tại Việt Nam.

2. Làm rõ yêu cầu thẩm định quảng cáo trong Thông tư 10/2013/TT-BVHTTDL

X Theo Điều 2 Thông tư 10/2013/TT-BVHTTDL, quảng cáo có sử dụng các từ ngữ “nhất”, “duy nhất”, “tốt nhất”, “số một” hoặc từ ngữ có ý nghĩa tương tự (quảng cáo “nhất”) phải có tài liệu hợp pháp là kết quả khảo sát thị trường hoặc giấy chứng nhận cuộc thi bình chọn, thời gian sử dụng trong 1 năm kể từ ngày được chứng nhận, thể hiện đầy đủ, rõ ràng, chính xác tên tài liệu hợp pháp. Quy định không yêu cầu thẩm định nội dung quảng cáo “nhất” và tài liệu chứng minh.

Tuy nhiên trên thực tế, một số Sở Y tế khi xác nhận nội dung quảng cáo mỹ phẩm đã mặc định yêu cầu quảng cáo “nhất” phải được thẩm định bởi Cục Văn hóa cơ sở, ngay cả khi doanh nghiệp đã xuất trình tài liệu hợp pháp chứng minh. Một số Sở Y tế không phê duyệt quảng cáo nhưng cũng không đưa ra ý kiến nội dung quảng cáo hay tài liệu chứng minh chưa hợp pháp ở đâu, chỉ yêu cầu cần có công văn chấp nhận của Cục Văn hóa cơ sở làm cơ sở phê duyệt. Tuy nhiên, Cục VHCS lại không đồng ý ban hành công văn do Cục không có quy trình xác nhận quảng cáo hay xác nhận tài liệu là hợp pháp, khiến doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn khi xin xác nhận quảng cáo trong nhiều năm qua.

Chúng tôi nhận thấy vướng mắc này do từ ngữ trong khoản 1 Điều 3 Thông tư 10/2013/TT-BVHTTDL chưa rõ ràng, dẫn đến cách hiểu chưa nhất quán là quảng cáo “nhất” trong điểm a có bắt buộc phải thẩm định trong mọi trường hợp, hay là nếu đã đáp ứng yêu cầu tại Điều 2 đồng thời không thuộc trường hợp tại điểm b (bị người phát hành quảng cáo từ chối thực hiện) hoặc điểm c (có ý kiến khác nhau về nội dung quảng cáo giữa tổ chức, cá nhân quảng cáo và cơ quan quản lý nhà nước) khoản 1 Điều 3 thì không phải thẩm định.

X Để tháo gỡ vướng mắc, thống nhất cách hiểu giữa cơ quan quản lý và doanh nghiệp, **Hiệp Hội đề xuất làm rõ từ ngữ tại khoản 1 Điều 3 Thông tư 10/2013/TT-BVHTTDL** như sau:

1. Hội đồng thẩm định sản phẩm quảng cáo tiến hành thẩm định sản phẩm quảng cáo theo yêu cầu của tổ chức, cá nhân trong các trường hợp sau:

a) Sản phẩm quảng cáo có nội dung liên quan đến quy định tại Điều 7 và Điều 8 của Luật quảng cáo (trừ nội dung liên quan đến khoản 1 Điều 8 của Luật quảng cáo đã có tài liệu hợp pháp chứng minh theo Điều 2 Nghị định này và không thuộc trường hợp tại điểm b, c khoản 1 Điều này);

...

c) Có ý kiến khác nhau về nội dung sản phẩm quảng cáo giữa cơ quan quản lý nhà nước với tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo (trong trường hợp có ý kiến khác nhau khi cơ quan quản lý nhà nước xác nhận nội dung quảng cáo, cơ quan quản lý nhà nước có văn bản nêu rõ ý kiến khác về nội dung quảng cáo để tổ chức, cá nhân làm cơ sở yêu cầu thẩm định);

3. Sửa đổi các quy định chưa thống nhất trong Nghị định 38/2021/NĐ-CP

Nghị định 38/2021/NĐ-CP mới ban hành có quy định chưa thống nhất, mâu thuẫn với Nghị định 181/2013/NĐ-CP, dẫn đến nhiều vướng mắc cho doanh nghiệp. Cụ thể như sau:

i. Khoản 3.a) Điều 51 Nghị định 38/2021/NĐ-CP xử phạt hành vi “Quảng cáo mỹ phẩm có tác dụng không phù hợp với công bố tính năng sản phẩm mỹ phẩm”. Tuy nhiên theo khoản 1 Điều 4 Nghị định 181/2013/NĐ-CP hiện hành, phiếu công bố và tài liệu chứng minh đều có thể sử dụng làm tài liệu căn cứ để phê duyệt quảng cáo mỹ phẩm. Từ ngữ trong Nghị định xử phạt 158/2013/NĐ-CP trước đây là phù hợp, tuy nhiên Nghị định 38/2021/NĐ-CP khi sửa đổi, thay thế thì lại gây bất cập.

Trên thực tế, giới hạn chỉ được quảng cáo tính năng trong phiếu công bố mỹ phẩm là không hợp lý do phiếu công bố chỉ đưa các tính năng chính của sản phẩm. Phiếu công bố có thời hạn sử dụng 5 năm trong khi thông điệp quảng cáo cần đổi mới liên tục để phù hợp với yêu cầu của người tiêu dùng. Điều quan trọng nhất là doanh nghiệp cần chứng minh sản phẩm của mình có mang lại được công dụng, lợi ích đó và chịu trách nhiệm với các công bố của mình.

Do quy định mới trong Nghị định 38/2021/NĐ-CP, gần đây doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn khi khai phiếu công bố cũng như nộp hồ sơ quảng cáo tại các Sở Y tế. Vì vậy Hiệp Hội đề nghị quý cơ quan đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để sửa đổi Khoản 3.a) Điều 51 Nghị định 38/2021/NĐ-CP thành “Quảng cáo mỹ phẩm có nội dung không phù hợp với một trong các tài liệu theo quy định”.

ii. Khoản 2 Điều 51 Nghị định 38/2021/NĐ-CP xử phạt nếu không đọc rõ ràng tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường trên báo nói, báo hình. Tuy nhiên khoản 4 Điều 4 Nghị định 181/2013/NĐ-CP hiện hành không quy định phải đọc nội dung này. Như vậy, Nghị định 38/2021/NĐ-CP đang quy định xử phạt dư thừa so với Nghị định quản lý.

Trên thực tiễn, tên và địa chỉ công ty thường rất dài, thường có cả tiếng nước ngoài, đọc đầy đủ có thể mất tới 15-20 giây - là thời lượng thông thường của cả 1 quảng cáo. Đọc to không giúp người xem ghi nhớ thông tin, làm nội dung phức tạp, dài và rối thêm rất nhiều mà lại không đem lại tác dụng gì.

Hiệp Hội đề nghị quý cơ quan đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để loại bỏ yêu cầu đọc rõ “tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường” khỏi Khoản 2 Điều 51 Nghị định 38/2021/NĐ-CP để đảm bảo thống nhất, tránh tạo thêm rào cản hành chính cho doanh nghiệp.

Trên đây là các báo cáo, đề xuất của Hiệp Hội Tinh dầu Hương liệu và Mỹ phẩm Việt Nam về việc thi hành Luật Quảng cáo và các văn bản chi tiết. Hiệp Hội kính mong nhận được sự ủng hộ của Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam cho các đề xuất nêu trên và hỗ trợ tổng hợp, đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để gỡ bỏ các trở ngại về mặt quy định pháp luật, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn và trân trọng kính chào.

Nơi nhận:

- Như trên
- Lưu VP Hội

T/M BAN THƯỜNG TRỰC HIỆP HỘI

CHỦ TỊCH



ĐỖ DUY PHI



Mọi chi tiết xin liên hệ:

Bùi Ngọc Thúy - ĐT: 0902312227

Thư ký Chi Hội Mỹ phẩm

38/1 đường Nguyễn Văn Trỗi, Phường 15, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh