BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH	CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số: 163 /TTr-BVHTTDL	*Hà Nội, ngày 05 tháng 7 năm 2023*

TỜ TRÌNH
Đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo

Kính gửi: Chính phủ
(Tài liệu phục vụ thẩm định của Bộ Tư pháp)

Thực hiện quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2020; Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2016 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật và Nghị định số 154/2020/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2020 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2016, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kính trình Chính phủ đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo như sau:

I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH VĂN BẢN

1. Cơ sở chính trị, pháp lý

Được xác định là một trong 12 ngành công nghiệp văn hóa của nước ta, ngành quảng cáo luôn được Đảng ta quan tâm, chú trọng, tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động và phát triển chung trong công cuộc xây dựng công nghiệp văn hóa. Đứng trước các cơ hội và thách thức của cách mạng công nghiệp 4.0, Đảng và Nhà nước đã đề ra nhiều chủ trương, chính sách phát triển công nghiệp văn hóa nói chung, trong đó bao gồm cả ngành quảng cáo:

- Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI đã ban hành Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước, trong đó có mục tiêu: *"Xây dựng thị trường văn hóa lành mạnh, đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa, tăng cường quảng bá văn hóa Việt Nam"* và nhiệm vụ: *"Phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa"*. Đồng thời khẳng định: *"Phát triển công nghiệp văn hóa nhằm khai thác và phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Có cơ chế khuyến khích đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm văn hóa. Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp văn hóa, thể thao, du lịch thu hút các nguồn lực xã hội để phát triển"*.

- Tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ trong Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI, Đại hội lần thứ XII của Đảng đã nêu: *"Phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với*

xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa".

- Văn kiện Đại hội lần thứ XIII của Đảng đã đặt ra yêu cầu cụ thể hơn, nhấn mạnh mối quan hệ giữa công nghiệp văn hóa với sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam và việc tiếp thu, vận dụng có chọn lọc, sáng tạo những thành tựu, giá trị văn hóa của nhân loại. Đại hội đã xác định rõ nhiệm vụ*:"Khẩn trương triển khai có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới".*

- Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã chỉ rõ việc ưu tiên phát triển công nghiệp văn hoá số chủ yếu thông qua đổi mới, hoàn thiện thể chế, tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi.

- Trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định: "*Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam bao gồm: quảng cáo; kiến trúc; phần mềm và các trò chơi giải trí; thủ công mỹ nghệ; thiết kế; điện ảnh; xuất bản; thời trang; nghệ thuật biểu diễn; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; truyền hình và phát thanh; du lịch văn hóa trở thành những ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, phát triển rõ rệt về chất và lượng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế và giải quyết việc làm thông qua việc sản xuất ngày càng nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa đa dạng, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu sáng tạo, hưởng thụ, tiêu dùng văn hóa của người dân trong nước và xuất khẩu; góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam; xác lập được các thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa; ưu tiên phát triển các ngành có nhiều lợi thế, tiềm năng của Việt Nam*".

Có thể thấy, việc thể chế hóa kịp thời các quan điểm, đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về xây dựng công nghiệp văn hóa nói chung và quảng cáo nói riêng là cần thiết góp phần quan trọng trong việc khơi dậy khát vọng phát triển đất nước từ văn hóa. Trong đó, việc đổi mới, hoàn thiện thể chế, tạo môi trường pháp lý thuận lợi để xây dựng, phát triển thị trường văn hóa và các ngành công nghiệp văn hóa (bao gồm quảng cáo) được xác định là nhiệm vụ trọng tâm, chiến lược.

2. Cơ sở thực tiễn

2.1. Khắc phục những bất cập của Luật Quảng cáo năm 2012

Ngày 21 tháng 6 năm 2012, Quốc hội nước khóa XIII đã thông qua Luật Quảng cáo thay thế cho Pháp lệnh Quảng cáo năm 2001. Theo đó, Luật Quảng cáo ra đời đã điều chỉnh toàn diện các vấn đề liên quan đến hoạt động quảng cáo, từ quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân trong hoạt động quảng cáo, trách nhiệm quản lý nhà nước, các hành vi cấm, yêu cầu, điều kiện đối với từng nội dung quảng cáo, phương tiện quảng cáo cho đến các loại hình quảng cáo có yếu tố nước ngoài. Luật Quảng cáo đã góp phần tạo lập môi trường đầu tư kinh doanh bình đẳng, thông thoáng, tạo thuận lợi tối đa cho doanh nghiệp, người dân tiếp cận các thủ

tục và dịch vụ công, huy động tối đa các nguồn lực trong và ngoài nước cho đầu tư phát triển kinh tế - xã hội.

Sau hơn 10 năm triển khai thi hành Luật, hoạt động quảng cáo đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng, các quy định của pháp luật về quảng cáo đã tạo cơ sở pháp lý sự phát triển của ngành quảng cáo theo hướng công khai, minh bạch, nhất là trong bối cảnh hội nhập kinh tế, giao thoa văn hoá và thị trường thương mại tự do. Thông qua các cơ chế, chính sách, văn bản pháp luật về quảng cáo được ban hành, đến nay, hoạt động quảng cáo đã phát triển mạnh mẽ không chỉ với sự gia tăng cả về số lượng, chất lượng cũng như doanh thu của các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này mà còn đóng góp cho việc kinh doanh hàng hóa, dịch vụ với vai trò cầu nối giữa người sản xuất, người kinh doanh và người tiêu dùng. Số lượng doanh nghiệp quảng cáo tăng trưởng đều theo từng năm. Nếu năm 2013, cả nước mới chỉ có trên 5.500 doanh nghiệp quảng cáo thì đến năm 2019 đã có trên 13.000 doanh nghiệp quảng cáo và tổ chức sự kiện vì đây là ngành kinh doanh năng động, thu hút doanh nghiệp trẻ tham gia kinh doanh khởi nghiệp. Năm 2021, do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid 19 nên ngành quảng cáo cũng bị ảnh hưởng nặng nề, số doanh nghiệp còn hơn 9.000 doanh nghiệp, bao gồm cả doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Hoạt động quảng cáo trên các phương tiện quảng cáo, trang thông tin điện tử, mạng xã hội thiết bị điện tử thiết bị đầu cuối và các thiết bị viễn thông khác đang phát triển rất mạnh. Sự vào cuộc đồng bộ của các cấp, các ngành đã giúp các doanh nghiệp, đại lý quảng cáo trong nước kinh doanh quảng cáo trong nước tuân thủ các quy định của pháp luật.

Công tác tiếp nhận hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao các tỉnh, thành phố đều triển khai thực hiện nghiêm túc và bước đầu phát huy hiệu quả, tạo thuận lợi cho tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo. Theo số liệu báo cáo của các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao trong các nước từ năm 2013 đến nay, trung bình 1 năm cả nước đã thực hiện tiếp nhận trên 25.000 hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đối với loại hình bảng, băng-rôn và đoàn người thực hiện quảng cáo.

Luật Quảng cáo cũng là cơ sở để các địa phương triển khai thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời, bảo đảm đồng bộ hệ thống hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội, góp phần thúc đẩy phát triển đô thị hiện đại, văn minh… các quy định của Luật Quảng cáo và các văn bản hướng dẫn thi hành đã tạo cơ sở pháp lý hết sức quan trọng để cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý, giải quyết dứt điểm nhiều tồn tại, vướng mắc phát sinh mà trước đó chưa có quy định để xử lý, đặc biệt là tình trạng quảng cáo rao vặt, quảng cáo tấm lớn tràn lan gây mất mỹ quan đô thị; quảng cáo có nội dung thiếu thẩm mỹ, xâm phạm tự do tín ngưỡng, tôn giáo, định kiến giới, về người khuyết tật, quảng cáo sử dụng phương pháp so sánh trực tiếp, quảng cáo có sử dụng các từ " nhất", "duy nhất", "tốt nhất".

Bên cạnh các kết quả đã đạt được sau hơn 10 năm thực hiện Luật quảng cáo, cùng với sự phát triển của kinh tế doanh nghiệp, hoạt động quảng cáo cũng đã xuất hiện một số tồn tại, vướng mắc, gây khó khăn trong quá trình thực hiện cần có sự điều chỉnh pháp luật như:

- Những quy định về hoạt động quảng cáo có yếu tố nước ngoài đang nhằm mục đích bảo hộ doanh nghiệp quảng cáo trong nước, tuy nhiên lại kìm hãm sự phát triển của hoạt động quảng cáo và không phù hợp với xu thế hội nhập, toàn cầu hóa. Thiếu cơ chế để kiểm soát hiệu quả hoạt động quảng cáo trên môi trường mạng và dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới của các tổ chức, cá nhân nước ngoài trên lãnh thổ Việt Nam.

- Việc quản lý nội dung, hình thức quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ còn gặp nhiều khó khăn, gặp nhiều ý kiến trái chiều trong bối cảnh sự phát triển đa dạng của nội dung, hình thức quảng cáo.

- Sự thay đổi của doanh nghiệp trong việc lựa chọn phương tiện quảng cáo để quảng cáo cho sản phẩm hàng hóa, dịch vụ phù hợp với khả năng, điều kiện của doanh nghiệp và sự phát triển của khoa học, công nghệ. Trong khi đó, năng lực thích ứng của các Đài truyền hình bị hạn chế bởi các quy định pháp luật về quảng cáo, thiếu cơ chế quản lý quảng cáo trên hệ thống phát thanh - truyền hình cấp huyện, xã gây ra tình trạng sụt giảm mạnh doanh thu quảng cáo truyền hình và không tận dụng được nguồn thu quảng cáo của hệ thống thông tin cơ sở.

- Các quy định pháp luật có liên quan đến sự phát triển của hoạt động quảng cáo ngoài trời như quy định về lập, thẩm định, phê duyệt quy hoạch quảng cáo chưa đồng bộ, thống nhất; một số quy định hồ sơ, thủ tục, quy trình thực hiện các phương tiện quảng cáo ngoài trời như bảng quảng cáo, băng-rôn, đoàn người thực hiện quảng cáo chưa cụ thể, rõ ràng; chính quyền địa phương chưa phát huy được trách nhiệm quản lý nhà nước gây khó khăn cho việc chấp hành pháp luật của doanh nghiệp đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời.

2.2. Bảo đảm tính thống nhất của hệ thống pháp luật

Ngày 01 tháng 7 năm 2021, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 66/NQ-CP về Phiên họp chuyên đề về xây dựng pháp luật tháng 6 năm 2021, trong đó tại mục 7 của Nghị quyết này có yêu cầu: "*Tăng cường chỉ đạo việc rà soát, đánh giá, tổng kết thi hành pháp luật để chủ động tháo gỡ các vướng mắc, bất cập đang cản trở đến hoạt động phát triển kinh tế, tạo động lực mới thông qua việc sửa đổi, bổ sung các quy định của pháp luật; hỗ trợ, thúc đẩy các thành phần kinh tế khôi phục, phát triển sản xuất kinh doanh, thực hiện mục tiêu kép, vừa chống dịch Covid-19 vừa thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội… Đối với những vướng mắc liên quan đến luật, pháp lệnh thuộc thẩm quyền của Quốc hội, Ủy ban Thường vụ Quốc hội, Chính phủ sẽ tập hợp, phân tích tác động, sự cần thiết phải ban hành, sửa đổi để báo cáo, đề xuất các cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định*".

Theo đó, trong thời gian gần đây, một số luật liên quan được sửa đổi, bổ sung và ban hành mới như Luật Đấu thầu năm 2013, Luật Xây dựng năm 2014 (sửa đổi, bổ sung năm 2020), Luật Báo chí năm 2016, Luật Dược năm 2016, Luật Quy hoạch năm 2017, Luật An ninh mạng năm 2018, Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia năm 2019, Luật Đầu tư năm 2020 (sửa đổi, bổ sung năm 2022), Luật Doanh nghiệp năm 2020, hệ thống văn bản pháp luật về thương mại điện tử làm xuất hiện các khó khăn, vướng mắc cho các tổ chức, cá nhân trong việc thực hiện

các quy định có liên quan đến hoạt động quảng cáo, đòi hỏi phải có sự rà soát, sửa đổi, bổ sung để đảm bảo thống nhất và đồng bộ trong hệ thống pháp luật quốc gia.

2.3. Bảo đảm sự phù hợp với những cam kết trong điều ước quốc tế có liên quan mà Việt Nam là thành viên

Trong giai đoạn vừa qua, nhiều cam kết quốc tế giữa Việt Nam với các nước, các tổ chức quốc tế được ký kết và có hiệu lực thi hành như: Hiệp định Thương mại WTO, Hiệp định thương mại tự do (FTA), Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN - AFTA, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Việc thực thi hiệu quả các cam kết trong các Hiệp định trên sẽ có tác động tích cực hỗ trợ kinh tế Việt Nam nói chung và lĩnh vực quảng cáo nói riêng. Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp quảng cáo Việt Nam cần tiếp tục tận dụng lợi thế từ việc tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới trong việc đa dạng hóa bạn hàng thương mại, tránh phụ thuộc vào một thị trường và quan trọng nhất hiện nay là tăng cường tính chủ động hơn nữa trong việc tìm hiểu, nắm rõ các thông tin, cam kết cụ thể trong các Hiệp định này để có kế hoạch, chiến lược kinh doanh phù hợp.

Tuy nhiên, việc thực hiện các cam kết kinh tế quốc tế cũng đặt ra không ít thách thức đối với sự ổn định và phát triển của hoạt động quảng cáo và doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo. Vì vậy, việc cải thiện môi trường kinh doanh trong hoạt động quảng cáo để chống chọi lại với bối cảnh có nhiều rủi ro của kinh tế toàn cầu cần được thúc đẩy một cách hiệu quả, kịp thời, đặc biệt là đối với các quy định về quảng cáo có liên quan đến yếu tố nước ngoài, các nền tảng xuyên biên giới góp phần đem lại lợi ích thiết thực cho nền kinh tế.

Vì vậy, để đảm bảo triển khai kịp thời các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của nhà nước cũng như tính thống nhất, tính đồng bộ của hệ thống pháp luật, việc rà soát, hoàn thiện các quy định của Luật Quảng cáo nhằm đảm bảo yêu cầu đồng bộ, thống nhất với các quy định của pháp luật có liên quan là yêu cầu cấp thiết phải thực hiện trong giai đoạn tới.

II. MỤC ĐÍCH, QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG VĂN BẢN

1. Mục đích

- Thể chế hóa kịp thời chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về phát triển văn hóa; phát huy vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước về quảng cáo của trung ương, địa phương trong việc thực hiện chính sách, pháp luật về hoạt động quảng cáo.

- Tạo lập hành lang pháp lý đầy đủ đồng bộ, thống nhất để quản lý hoạt động quảng cáo, hỗ trợ, thúc đẩy doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo phát triển. Đảm bảo tính phù hợp, đồng bộ, không chồng chéo với hệ thống pháp luật khác có liên quan.

- Nâng cao trách nhiệm, năng lực của các chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo; năng lực doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo, thúc đẩy các hoạt động quảng

cáo theo hướng công khai, minh bạch, lành mạnh, vì lợi ích chung của xã hội.

2. Quan điểm xây dựng văn bản

- Bảo đảm tính hợp hiến, hợp pháp, đồng bộ, thống nhất với hệ thống pháp luật hiện hành; thực hiện nghiêm túc, hiệu quả các công ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên; bảo đảm tính đồng bộ, minh bạch, khả thi, phù hợp với các cam kết quốc tế và tình hình thực tế của Việt Nam.

- Sửa đổi, hoàn thiện các quy định của pháp luật về quảng cáo còn tồn tại, vướng mắc, khó khăn, chưa phù hợp với thực tiễn, bổ sung các vấn đề mới phát sinh trong thực tiễn; Luật hóa quy định, cơ chế đã được thực tiễn khẳng định phù hợp nhằm góp phần ổn định chính trị - xã hội, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, bảo đảm lợi ích trước mắt và lâu dài.

- Hoàn thiện cơ chế, chế tài để xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm chính sách, pháp luật về quảng cáo nhằm nâng cao quyền lợi của người tiêu dùng; đảm bảo ngày càng tốt hơn quyền của tổ chức, cá nhân kinh doanh quảng cáo.

- Thực hiện phân cấp thẩm quyền, cải cách thủ tục hành chính gắn với kiểm soát, giám sát việc thực hiện, đảm bảo quản lý thống nhất từ trung ương đến địa phương.

III. PHẠM VI ĐIỀU CHỈNH, ĐỐI TƯỢNG ÁP DỤNG CỦA VĂN BẢN

1. Phạm vi điều chỉnh

Luật này sửa đổi, bổ sung một số quy định về hoạt động quảng cáo có yếu tố nước ngoài; hoạt động quảng cáo trên môi trường mạng và dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới; hoạt động quảng cáo ngoài trời; yêu cầu, nội dung, hình thức và quản lý các phương tiện quảng cáo.

2. Đối tượng áp dụng

- Tổ chức, cá nhân Việt Nam; tổ chức, cá nhân nước ngoài tham gia hoạt động quảng cáo trên lãnh thổ Việt Nam.

- Các tổ chức, cá nhân tham gia quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo.

IV. MỤC TIÊU, NỘI DUNG CỦA CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH TRONG ĐỀ NGHỊ XÂY DỰNG LUẬT SỬA ĐỔI, BỔ SUNG MỘT SỐ ĐIỀU CỦA LUẬT QUẢNG CÁO

1. Chính sách 1*:* Quản lý hoạt động quảng cáo có yếu tố nước ngoài trong xu thế hội nhập quốc tế

1.1. Mục tiêu của chính sách

- Đảm bảo phù hợp các cam kết quốc tế trong việc mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực quảng cáo, tạo sự công bằng trong hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài nước. Đồng thời nâng cao trách nhiệm kiểm soát nội dung quảng cáo khi thực hiện.

- Nâng cao chất lượng của các doanh nghiệp quảng cáo nội địa Việt Nam,

hướng tới phát triển các sản phẩm quảng cáo có chất lượng và tính cạnh tranh cao, xứng tầm thế giới.

1.2. Nội dung của chính sách

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

- Cho phép các doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài được trực tiếp cung cấp dịch vụ quảng cáo tại Việt Nam, không bắt buộc phải hợp tác, đầu tư với người kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam.

1.3. Giải pháp thực hiện chính sách đã được lựa chọn và lý do lựa chọn

a) Giải pháp:

- Sửa đổi quy định đối với quảng cáo của tổ chức, cá nhân nước ngoài tại Việt Nam tại Điều 39: Tổ chức, cá nhân nước ngoài hoạt động tại Việt Nam hoặc không hoạt động tại Việt Nam được thực hiện quảng cáo về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và hoạt động của mình tại Việt Nam theo quy định tại Luật này.

- Sửa đổi quy định về hợp tác, đầu tư với nước ngoài trong hoạt động quảng cáo tại Điều 40: Tổ chức, cá nhân được trực tiếp cung cấp dịch vụ quảng cáo tại Việt Nam hoặc hợp tác, đầu tư với người kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam theo quy định pháp luật về đầu tư.

- Bãi bỏ Điều 41 về Văn phòng đại diện của doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài tại Việt Nam.

b) Lý do lựa chọn

Giải pháp này là lựa chọn phù hợp để đảm bảo sự phù hợp với các Điều ước quốc tế mà Việt Nam ký kết trong thời gian gần đây; nâng cao sự cạnh tranh trong thị trường, từ doanh nghiệp quảng cáo quốc tế đối với các doanh nghiệp quảng cáo nội địa, khiến cho doanh nghiệp Việt Nam tự phát triển bản thân và cho ra được những sản phẩm quảng cáo có chất lượng, phù hợp với nhu cầu thị trường và thị hiếu người xem; mở rộng, thu hút hoạt động quảng cáo và đầu tư kinh doanh trong lĩnh vực quảng cáo của phía nước ngoài.

2. Chính sách 2: Tăng cường quản lý quảng cáo trên môi trường mạng và dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới tại thị trường quảng cáo Việt Nam

2.1. Mục tiêu của chính sách

Bổ sung, hoàn thiện quy định của pháp luật để tăng cường hiệu lực quản lý nội dung hoạt động quảng cáo trên môi trường mạng và dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới tại thị trường quảng cáo Việt Nam.

2.2. Nội dung của chính sách

Xây dựng biện pháp quản lý phù hợp với hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới; sửa đổi, bổ sung quy định hoạt động quảng cáo trên báo điện tử, trang thông tin điện tử, mạng xã hội.

2.3. Giải pháp thực hiện chính sách đã được lựa chọn và lý do lựa chọn

a) Giải pháp:

Sửa đổi quy định về Quảng cáo trên báo điện tử và trang thông tin điện tử tại Điều 23, như sau:

- Sửa tên Điều thành "*Quảng cáo trên báo điện tử, trang thông tin điện tử, mạng xã hội, công cụ tìm kiếm"*.

- Bổ sung quy định người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo và người quảng cáo ở trong nước và ngoài nước tham gia hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới tại Việt Nam phải tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam về quảng cáo, quy định về an ninh mạng và quy định về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng; phải nộp thuế theo quy định pháp luật về thuế.

- Bổ sung quy định các tổ chức, cá nhân nước ngoài kinh doanh dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới tại Việt Nam tuân thủ các quyền và nghĩa vụ được quy định tại Điều 13 Luật Quảng cáo và các quy định sau: Thông báo thông tin liên hệ với Bộ Thông tin và Truyền thông; không đặt sản phẩm quảng cáo vào nội dung vi phạm pháp luật được quy định tại khoản 1 Điều 8 Luật An ninh mạng, Điều 28 Luật Sở hữu trí tuệ; thực hiện việc ngăn chặn, gỡ bỏ thông tin vi phạm pháp luật theo yêu cầu của các cơ quan chức năng có thẩm quyền.

- Bổ sung quy định về quảng cáo trên trang thông tin điện tử của tổ chức, cá nhân; quảng cáo trên mạng xã hội, công cụ tìm kiếm.

b) Lý do lựa chọn

Giải pháp này là lựa chọn phù hợp đảm bảo hiệu quả quản lý nhà nước đối với các tổ chức, cá nhân tham gia vào hoạt động quảng cáo xuyên biên giới và hoạt động quảng cáo trên không gian mạng tại Việt Nam.

3. Chính sách 3: Hoàn thiện quy định của pháp luật về nội dung, hình thức và quản lý phương tiện quảng cáo

3.1. Mục tiêu của chính sách

a) Đảm bảo sự phù hợp của nội dung quảng cáo, tránh gây ra bức xúc trong xã hội, song vẫn đảm bảo sự phát triển của hoạt động quảng cáo trong xu thế toàn cầu hóa, hội nhập của cách mạng công nghiệp 4.0 với những hình thức quảng cáo mới, tạo điều kiện và sự công bằng cho việc phát triển hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đảm bảo hiệu quả của công tác quản lý nhà nước trong hoạt động quảng cáo.

b) Hoàn thiện các quy định của pháp luật về quảng cáo trên báo chí, đài phát thanh, truyền hình; đảm bảo khả năng tự chủ tài chính của các đơn vị, nhưng cũng có sự kết hợp hài hòa giữa thời lượng nội dung chương trình và thời lượng quảng cáo để đảm bảo lợi ích của người xem.

3.2. Nội dung của chính sách

- Phân định rõ hoạt động quảng cáo với hoạt động trưng bày hàng hóa, dịch

vụ tại địa điểm kinh doanh, trên nền tảng thương mại điện tử tại khoản 1 Điều 2 Luật Quảng cáo.

- Sửa đổi khái niệm về người chuyển tải sản phẩm quảng cáo tại khoản 8 Điều 2 Luật Quảng cáo; bổ sung khái niệm "người chuyển tải sản phẩm quảng cáo có tầm ảnh hưởng"; quy định trách nhiệm và hoạt động quảng cáo của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo có tầm ảnh hưởng.

- Sửa đổi quy định về thành phần Hội đồng thẩm định để đảm bảo tính đại diện của tất cả các giới liên quan, tập hợp được các ý đại diện cho chuyên môn, cho các ngành trong xã hội; giá trị của ý kiến chuyên môn của Hội đồng thẩm định.

- Yêu cầu thiết lập và thực thi Bộ quy tắc ứng xử quảng cáo của từng lĩnh vực trong nhiệm vụ, quyền hạn của Tổ chức nghề nghiệp về quảng cáo tại Điều 10 Luật Quảng cáo.

- Tăng thời lượng quảng cáo cho phép trên chương trình phim truyện dựa trên thời lượng chương trình; tăng diện tích, thời gian chờ tắt, mở quảng cáo trên báo in, báo điện tử; cho phép quảng cáo trên đài truyền thanh, truyền hình cấp huyện và hệ thống truyền thanh phục vụ nhiệm vụ chính trị của xã, phường, thị trấn.

3.3. Giải pháp thực hiện chính sách đã được lựa chọn và lý do lựa chọn

a) Giải pháp

- Về Giải thích từ ngữ tại Điều 2 của Luật: Bổ sung quy định về giải thích "Hoạt động trưng bày hàng hóa, dịch vụ tại cơ sở kinh doanh, trên nền tảng thương mại điện tử nhằm mục đích bán hàng không phải là hoạt động quảng cáo"; sửa đổi, bổ sung khái niệm người chuyển tải sản phẩm quảng cáo tại khoản 8.

- Sửa đổi quy định về Hội đồng thẩm định tại Điều 9: Bổ sung giá trị pháp lý của kết quả thẩm định sản phẩm quảng cáo; sửa đổi thành phần Hội đồng thẩm định.

- Bổ sung điểm b khoản 2 Điều 10: Ban hành Bộ Quy tắc ứng xử nghề nghiệp về quảng cáo đối với từng lĩnh vực, tổ chức thực hiện Quy tắc ứng xử trong ngành quảng cáo.

- Bổ sung Điều 15a về quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo vào sau Điều 15; quy định hoạt động quảng cáo của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo có tầm ảnh hưởng tại Điều 36 của Luật.

- Bổ sung quy định về yêu cầu đối với nội dung quảng cáo nói chung; quy định chi tiết về nội dung quảng cáo đối với các loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ tại Điều 19 và điều kiện quảng cáo tại Điều 20 Luật Quảng cáo.

- Sửa đổi quy định về quảng cáo trên báo in tại Điều 21: Diện tích quảng cáo không được vượt quá 30% tổng diện tích một ấn phẩm báo hoặc 40% tổng diện tích một ấn phẩm tạp chí, trừ báo, tạp chí chuyên quảng cáo.

- Sửa đổi quy định về thời lượng quảng cáo trong từng loại hình chương trình phim truyện cụ thể tại Điều 22: Chương trình có thời lượng dưới 30 phút được ngắt để quảng cáo hai lần, cứ mỗi 15 phút tăng trong thời lượng chương

trình được ngắt quảng cáo thêm 01 lần. Mỗi lần ngắt để phát quảng cáo không quá 05 phút.

- Bổ sung quy định về điều kiện đối với hình thức quảng cáo lồng ghép trong phim truyện. Đối với hình thức quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ lồng ghép trong phim truyện phải tuân thủ các quy định về yêu cầu, điều kiện quảng cáo và đảm bảo cung cấp đầy đủ nội dung quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt.

- Bãi bỏ điểm c khoản 1 Điều 33 của Luật Quảng cáo quy định "không được quảng cáo trên hệ thống truyền thanh phục vụ nhiệm vụ chính trị của xã, phường, thị trấn".

b) Lý do lựa chọn

Đây là giải pháp góp phần giải quyết quản lý hiệu quả nội dung, hình thức quảng cáo; thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của ngành quảng cáo với các hình thức quảng cáo mới, hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh đúng quy định của pháp luật, phù hợp xu thế phát triển, không gia tăng thủ tục hành chính.

Bên cạnh đó, chính sách này vừa đảm bảo nguồn thu cho đài truyền hình, vừa hài hòa lợi ích của đài truyền hình lẫn của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, giải pháp này đảm bảo nguồn thu cho đài truyền thanh cấp xã, cơ sở truyền thanh - truyền hình cấp huyện, vừa hài hòa lợi ích của người dân, đáp ứng nhu cầu tiếp cận với các thông tin về hàng hóa, sản phẩm bảo đảm chất lượng, giúp người dân có cơ hội được lựa chọn những sản phẩm tốt phục vụ đời sống sinh hoạt và sản xuất; tránh mua phải hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng.

4. Chính sách 4: Bổ sung, hoàn thiện các quy định của pháp luật đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời

4.1. Mục tiêu của chính sách

Thúc đẩy sự phát triển của hoạt động quảng cáo ngoài trời, hoàn thiện các quy định của pháp luật nhằm phát huy sự chủ động, trách nhiệm của chính quyền địa phương trong công tác quản lý nhà nước, phê duyệt và tổ chức thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

4.2. Nội dung của chính sách

- Hoàn thiện các quy định về lập, thẩm định, phê duyệt và tổ chức thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời đảm bảo đồng bộ với pháp luật hiện hành.

- Tăng cường trách nhiệm của chính quyền địa phương; sửa đổi các quy định về thành phần hồ sơ, thủ tục, quy trình thực hiện quảng cáo trên các phương tiện quảng cáo ngoài trời.

4.3. Giải pháp thực hiện chính sách đã được lựa chọn và lý do lựa chọn

a) Giải pháp

- Bổ sung quy định giao Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định cụ thể thời hạn treo băng rôn, bảng quảng cáo trên địa bàn vào Điều 27 của Luật Quảng cáo.

- Sửa đổi thành phần hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn tại Điều 29: Bãi bỏ văn bản chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng bảng quảng cáo, quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng địa điểm quảng cáo với băng-rôn; bổ sung Bản sao Giấy phép xây dựng công trình quảng cáo đối với loại bảng quảng cáo phải có Giấy phép xây dựng theo quy định tại khoản 2 Điều 31 hoặc văn bản thẩm định kết cấu của tổ chức độc lập có chức năng thẩm định kết cấu công trình theo quy định tại khoản 5 Điều 31 của Luật này.

- Sửa đổi trình tự thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn: Tổ chức, cá nhân có nhu cầu thực hiện quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn phải gửi hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đến cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương trước khi thực hiện quảng cáo 07 ngày.

- Sửa đổi quy định về cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo tại Điều 31: Bỏ quy định biển hiệu, bảng quảng cáo có diện tích một mặt từ 20m^2 kết cấu khung kim loại hoặc vật liệu xây dựng tương tự gắn vào công trình xây dựng có sẵn phải thực hiện thủ tục cấp phép xây dựng công trình quảng cáo; bổ sung quy định biển hiệu, bảng quảng cáo có diện tích một mặt từ 20m^2 kết cấu khung kim loại hoặc vật liệu xây dựng tương tự gắn vào công trình xây dựng có sẵn phải có văn bản thẩm định kết cấu của tổ chức độc lập có chức năng thẩm định kết cấu công trình.

- Sửa đổi quy định về đoàn người thực hiện quảng cáo, hội thảo, hội nghị, hội chợ, triển lãm, tổ chức sự kiện, vật thể quảng cáo tại Điều 36.

- Sửa đổi, bổ sung quy định về Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tại Điều 37 và Điều 38: Bổ sung quy định về tăng cường trách nhiệm của chính quyền địa phương trong xây dựng, chỉ đạo thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời; quy định chuyển đổi mục đích sử dụng đất đối với đất dành cho quảng cáo trong quy hoạch quảng cáo sau khi được phê duyệt; quy định thực hiện đấu giá vị trí quảng cáo trong quy hoạch nằm trong đất công; ban hành hướng dẫn thực hiện Quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

b) Lý do lựa chọn

Giải pháp này sẽ đảm bảo hiệu lực, hiệu quả của công tác quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên cả nước. Đồng thời tăng cường trách nhiệm, phát huy tính chủ động của chính quyền địa phương trong hoạt động quản lý nhà nước. Từ đó, khẳng định vai trò quan trọng của hoạt động quảng cáo ngoài trời trong việc kết hợp quảng cáo thương mại với công tác tuyên truyền cổ động trực quan; tăng cường khả năng tiếp cận thông tin của người dân và phục vụ các hoạt động tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, xã hội, văn hóa.

V. DỰ KIẾN NGUỒN LỰC, ĐIỀU KIỆN BẢO ĐẢM CHO VIỆC THI HÀNH VĂN BẢN SAU KHI ĐƯỢC THÔNG QUA

1. Cơ quan chịu trách nhiệm tổ chức thi hành

- Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về quảng cáo.

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực

hiện quản lý nhà nước về quảng cáo.

- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thực hiện quản lý nhà nước về quảng cáo.

- Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình thực hiện quản lý nhà nước về quảng cáo tại địa phương.

2. Về nguồn nhân lực

Lực lượng triển khai thực hiện Luật Quảng cáo ở các địa phương, đơn vị là nguồn nhân lực thực hiện nhiệm vụ trực tiếp quản lý quảng cáo thuộc các cơ quan quản lý trong 63 tỉnh, thành phố từ trung ương đến địa phương. Đội ngũ này sẽ được bồi dưỡng, tập huấn, phổ biến, giáo dục pháp luật để đảm bảo tổ chức thực hiện Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo theo đúng chuẩn tiếp cận pháp luật.

3. Các điều kiện đảm bảo thi hành Luật

3.1. Ban hành các văn bản quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành

Sau khi Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo được ban hành, Chính phủ sẽ khẩn trương giao các Bộ chuẩn bị theo thẩm quyền để ban hành các văn bản quy định chi tiết và triển khai Luật đầy đủ, đúng tiến độ.

3.2. Tổ chức thực thi luật sau khi ban hành

- Tuyên truyền, phổ biến Luật: Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ thực hiện tuyên truyền, phổ biến Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo và các quy định liên quan; Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xây dựng nội dung thông tin, tuyên truyền phổ biến những yêu cầu, nội dung và các quy định của Luật theo hình thức trực tiếp (Hội nghị tập huấn) và gián tiếp (mạng Internet) kịp thời đến các cơ quan, tổ chức và người dân, giúp nắm bắt pháp luật kịp thời để thực hiện.

- Bảo đảm nguồn lực thực hiện: Được bố trí nguồn kinh phí để thực hiện các quy định trong Luật, ngoài nguồn kinh phí do ngân sách nhà nước cấp, huy động nguồn lực từ cơ quan, đơn vị và địa phương, hỗ trợ của các tổ chức xã hội, tổ chức quốc tế hoặc lồng ghép vào các chương trình, dự án khác để có nguồn kinh phí bảo đảm cho việc thực hiện Luật.

- Giám sát, thanh tra, kiểm tra, theo dõi thi hành Luật: Thực hiện công tác giám sát, thanh tra, kiểm tra, theo dõi thi hành luật và các văn bản pháp quy phạm pháp luật quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật.

- Kiện toàn tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo từ trung ương đến địa phương, bảo đảm nguồn nhân lực triển khai thực hiện các nhiệm vụ trong Luật.

3.3. Dự kiến kinh phí triển khai Luật

3.3.1. Kinh phí triển khai

Sau khi Luật sửa đổi, bổ sung một số Điều của Luật Quảng cáo được ban hành, dự kiến kinh phí triển khai gồm:

- Kinh phí để xây dựng các văn bản quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành Luật: 1.200 triệu đồng.

- Kinh phí tuyên truyền, phổ biến pháp luật quảng cáo của các cơ quan trung ương và địa phương: 10.000 triệu đồng.

- Kinh phí thanh tra, kiểm tra, giám sát: được thực hiện lồng ghép trong ngân sách chi thường xuyên của các cơ quan trung ương, địa phương.

Kinh phí thực hiện nói trên sẽ được thực hiện lồng ghép trong ngân sách chi thường xuyên của các cơ quan trung ương, địa phương theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước.

3.3.2. Nguồn kinh phí triển khai

Dự kiến nguồn kinh phí để thi hành Luật như sau:

- Từ nguồn ngân sách trung ương và ngân sách địa phương.

- Từ nguồn kinh phí của các tổ chức, cá nhân tham gia do chính sách về xã hội hóa.

- Từ các nguồn kinh phí hợp pháp khác (nếu có).

VI. THỜI GIAN DỰ KIẾN TRÌNH THÔNG QUA VĂN BẢN

Thời gian dự kiến trình Quốc hội tại Kỳ họp thứ 8 năm 2024. Thời gian dự kiến thông qua đối với dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo là Kỳ họp thứ 9 năm 2025.

Dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo sẽ có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2026.

Trên đây là Tờ trình đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kính trình Chính phủ xem xét, quyết định.

(Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xin gửi kèm theo Tờ trình này hồ sơ Đề nghị xây dựng Luật bao gồm:

(1) Báo cáo đánh giá tác động của chính sách;

(2) Báo cáo tổng kết thi hành Luật Quảng cáo và các văn bản quy định chi tiết;

(3) Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến của Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ, Bộ Ngoại giao, Bộ Tư pháp và ý kiến của các cơ quan, tổ chức khác; bản chụp ý kiến góp ý;

(4) Dự kiến Đề cương chi tiết Dự thảo Luật;

(5) Báo cáo thẩm định đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo;

(6) Báo cáo giải trình, tiếp thu ý kiến thẩm định của Bộ Tư pháp đối với đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo./.

Nơi nhận:
- Như trên;
- Thủ tướng Chính phủ *(để báo cáo)*;
- Các Phó Thủ tướng Chính phủ *(để báo cáo)*;
- Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Văn phòng Chính phủ *(để phối hợp)*;
- Bộ Tư pháp;
- Bộ trưởng Nguyễn Văn Hùng *(để báo cáo);*
- Các Thứ trưởng;
- Lưu: VT, VHCS, (TT.20)

KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG

BỘ VĂN HÓA THỂ THAO VÀ DU LỊCH

Trịnh Thị Thủy