

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH LÂM ĐỒNG
SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

ĐỀ ÁN ĐIỀU CHỈNH QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÂM ĐỒNG ĐẾN NĂM 2030,
TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035

DỰ THẢO



Hồ sơ quy hoạch



Bản đồ số quy hoạch

BẢNG QUẢNG CÁO	Tp. Đà Lạt DL72 QC	BẢNG TUYÊN TRUYỀN - QUẢNG CÁO	Huyện Đức Trọng DT32 TTQC
JT, Màn hình LED quảng trường Lâm Viên, giao đường Trần Quốc Toàn - đường Bà Huyện Thanh Quan	80m ² - 2 mặt - 12m ² đất	QL.28B, Giáp ranh Bình Thuận, bên trái hướng Bình Thuận	200m ² - 2 mặt - 30m ² đất
 		 	
			

Lâm Đồng, tháng 10 năm 2024

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH LÂM ĐỒNG
SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

**ĐỀ ÁN ĐIỀU CHỈNH QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÂM ĐỒNG ĐẾN NĂM 2030,
TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035**

Mục lục

I. SỰ CẦN THIẾT LẬP QUY HOẠCH	1
II. CĂN CỨ LẬP QUY HOẠCH.....	3
III. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI QUY HOẠCH, GIẢI THÍCH TỪ NGỮ	6
1. Đối tượng	6
2. Phạm vi quy hoạch	6
3. Giải thích từ ngữ	7
IV. PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VÀ DỰ BÁO XU THẾ PHÁT TRIỂN	8
1. Đánh giá 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	8
2. Đánh giá thực trạng hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tại tỉnh Lâm Đồng	17
3. Dự báo xu thế phát triển.....	5
V. NGUYÊN TẮC, MỤC TIÊU QUY HOẠCH.....	10
1. Nguyên tắc	10
2. Mục tiêu	11
VI. NỘI DUNG QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TỈNH LÂM ĐỒNG ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035.....	12
1. Phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại	12
2. Hệ thống quảng cáo thương mại.....	14
VII. DỰ KIẾN, ĐỀ XUẤT	23
VIII. KẾ HOẠCH TỔ CHỨC THỰC HIỆN VÀ DỰ TOÁN KINH PHÍ	27
1. Kế hoạch tổ chức thực hiện.....	27
2. Dự toán kinh phí	29
IX. TẦM NHÌN QUY HOẠCH ĐẾN NĂM 2035	29
1. Đối với phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội, kết hợp quảng cáo thương mại.....	29
2. Đối với hệ thống quảng cáo thương mại	29
3. Lập mới, điều chỉnh quy hoạch	30
X. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN QUY HOẠCH.....	30
XII. TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC SỞ, NGÀNH, ĐỊA PHƯƠNG, ĐƠN VỊ, TỔ CHỨC CÓ LIÊN QUAN	32
XIII. PHỤ LỤC.....	37

DANH MỤC VÀ KÝ HIỆU CÁC CHỮ VIẾT TẮT

TT	Tuyên truyền
TTQC	Tuyên truyền kết hợp quảng cáo
QC	Quảng cáo
NT	Nội thành, nội thị
QL	Quốc lộ
ĐT	Đường tỉnh
ĐH	Đường huyện
ĐL	Tp. Đà Lạt
BL	Tp. Bảo Lộc
ĐT	Huyện Đức Trọng
LH	Huyện Lâm Hà
LD	Huyện Lạc Dương
BLa	Huyện Bảo Lâm
ĐD	Huyện Đơn Dương
DL	Huyện Di Linh
ĐTe	Huyện Đạ Tẻh
ĐR	Huyện Đam Rông
ĐH	Huyện Đạ Huoai
CT	Huyện Cát Tiên
QĐ1108	Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 phê duyệt đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1	Số liệu khảo sát thực trạng tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng tháng 6/2024	17
Bảng 2	Thống kê các vị trí tuyên truyền	46
Bảng 3	Thống kê vị trí quảng cáo	48
Bảng 4	Các dự án ưu tiên đầu tư	58
Bảng 5	Vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng màn hình LED tuyên truyền	58
Bảng 6	Các vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng màn hình LED tuyên truyền kết hợp quảng cáo	61

I. SỰ CẦN THIẾT LẬP QUY HOẠCH

Quảng cáo ngoài trời là một trong những phương tiện quảng cáo quan trọng cho các cơ quan, đơn vị, tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp. Đối với các tổ chức chính trị - xã hội, đoàn thể và cơ quan nhà nước, hoạt động tuyên truyền cổ động là một biện pháp để đạt được mục tiêu đề ra; đối với các tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp, hoạt động quảng cáo giúp cho công chúng nắm bắt những thông tin cần thiết để lựa chọn sản phẩm cho thích hợp, nó có tác động trực tiếp vào hiệu quả kinh doanh của đơn vị.

Lâm Đồng là vùng đất Nam Tây Nguyên, có 12 đơn vị hành chính cấp huyện (02 thành phố, 10 huyện) với 142 xã, phường, thị trấn (111 xã, 18 phường, 13 thị trấn). Diện tích tự nhiên 9.783.34 km². Dân số toàn tỉnh 1.296.000 người. Là miền đất hội tụ nhiều dân tộc anh em trong cả nước với 47 dân tộc khác nhau cư trú và sinh sống đan xen, trong đó đông nhất là dân tộc Kinh khoảng 75%, người đồng bào các dân tộc thiểu số khoảng 25% với các thành phần dân tộc như: K'ho, Mạ, Churu, Tày, Nùng, Hoa... (dân tộc gốc Tây Nguyên gần 17%).

Trong những năm gần đây, Lâm Đồng đã và đang trở thành một trong những tỉnh có tỷ lệ phát triển và tăng trưởng cao và là địa điểm du lịch hấp dẫn nhất trong cả nước. Cùng với sự phát triển của các ngành nghề, lĩnh vực khác, hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời đã đóng góp một phần không nhỏ trong việc phát triển mọi mặt về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội và đặc biệt đã góp phần vào việc quảng bá, giới thiệu hình ảnh du lịch địa phương đến với bạn bè trong nước và quốc tế.

Hiện nay, quảng cáo ngoài trời được xem là một hoạt động dịch vụ quan trọng gắn liền với yếu tố văn hoá và là một trong những hình thức chủ đạo được các tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp và cá nhân sử dụng để truyền tải các thông tin đến với mọi đối tượng. Đối với các cơ quan Nhà nước, tổ chức chính trị xã hội và đoàn thể, hoạt động tuyên truyền cổ động trực quan là một biện pháp đã được sử dụng hiệu quả để tuyên truyền chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước đến người dân và từ đó đạt được mục tiêu đề ra; đối với các cá nhân và doanh nghiệp hoạt động quảng cáo giúp cho công chúng nắm bắt những thông tin cần thiết để lựa chọn sản phẩm cho thích hợp, nó có tác động trực tiếp vào hiệu quả kinh doanh của đơn vị.

Ngày 18 tháng 5 năm 2012, Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng đã ban hành Quyết định số 1108/QĐ-UBND về việc phê duyệt đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tích cực triển khai, hướng dẫn thực hiện, hoạt động quảng cáo ngoài trời dần đi vào nề nếp, đảm bảo mỹ quan đô thị, an toàn giao thông và cơ bản đã đạt được kết quả nhất định, tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị, tổ chức, cá nhân trong việc thực hiện công tác tuyên truyền, quảng cáo. Việc định hướng cho các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo đã góp phần vào phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, tạo mối quan hệ hài hoà giữa phát triển kinh tế với giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá truyền thống của dân tộc và tạo môi trường cảnh quan đô thị sạch, đẹp, hiện đại hơn.

Tuy nhiên, cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, hiện nay các vị trí xây dựng bảng quảng cáo và thực hiện tuyên truyền hiện không còn phù hợp và chưa đáp ứng nhu cầu của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp, Quy hoạch quảng cáo ngoài trời của tỉnh không còn phù hợp với tình hình thực tế, gây khó khăn, bất cập trong công tác quản lý, cụ thể sau:

Một là, Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng được phê duyệt tại Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 của UBND tỉnh (từ khi Luật Quảng cáo chưa được ban hành) có thời gian thực hiện đến năm 2020, đã không còn phù hợp với pháp luật như Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 21 tháng 06 năm 2012; Nghị định 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo; Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20/05/2018 của Bộ Xây dựng Ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời và QCVN17:2018/BXD Quy chuẩn kỹ thuật Quốc gia về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời...

Hai là, những năm gần đây, tỉnh Lâm Đồng trên đà phát triển và hội nhập kinh tế khu vực mạnh mẽ. Theo đó các yếu tố liên quan trực tiếp đến hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời như: Không gian đô thị, các tuyến giao thông đã có những thay đổi lớn, khác với tình hình và dự báo tình hình phát triển kinh tế xã hội được đánh giá tại Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

Ba là, số lượng vị trí đặt các phương tiện tuyên truyền trực quan; Phương tiện quảng cáo thương mại;... theo quy hoạch của tỉnh hiện nay còn thiếu so với nhu cầu thực tế, phát sinh nhu cầu về các vị trí tuyên truyền và quảng cáo tại địa phương chưa được xem xét bổ sung dẫn đến hạn chế trong việc tuyên truyền phục vụ nhiệm vụ chính trị của địa phương và ảnh hưởng đến nhu cầu quảng bá, giới thiệu sản phẩm trong hoạt động sản xuất kinh doanh của người dân và doanh nghiệp.

Bốn là, công tác tuyên truyền, quán triệt, hướng dẫn, chỉ đạo, điều hành triển khai thực hiện Luật và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến lĩnh vực quảng cáo trên địa bàn toàn tỉnh, nhất là quảng cáo ngoài trời có một số nội dung chưa đáp ứng yêu cầu. Công tác quản lý nhà nước về quảng cáo và biển hiệu chưa đảm bảo chặt chẽ quy định, ảnh hưởng đến trật tự và mỹ quan đô thị. Việc phát hiện và xử lý quảng cáo sai quy định thiếu kịp thời, chưa kiên quyết. Công tác quản lý nhà nước ở cấp huyện, xã về quảng cáo chưa được quan tâm đúng mức.

Năm là, việc quy hoạch quảng cáo ngoài trời tại một số địa điểm chưa phù hợp nên chưa thu hút được doanh nghiệp tham gia quảng cáo. Một số công trình quảng cáo đã có từ trước chưa có biện pháp tháo gỡ gây bức xúc. Ý thức chấp hành quy định pháp luật về quảng cáo của nhiều tổ chức, cá nhân chưa cao.

Sáu là, cùng với cả nước, tỉnh Lâm Đồng đang xây dựng chính quyền điện tử, từng bước đầu tư xây dựng hạ tầng thông tin theo hướng công nghệ hiện đại, tiên tiến, phù hợp với tình hình phát triển kinh tế - xã hội hàng năm của tỉnh. Các cơ quan chính quyền đã sử dụng hạ tầng công nghệ thông tin được đầu tư. Việc số hóa dữ liệu quy hoạch quảng cáo ngoài trời, ứng dụng công nghệ thông tin, định vị toàn cầu trong quản lý vị trí quy hoạch là điều cấp thiết.

Những vấn đề nêu trên đang đặt ra yêu cầu cấp thiết phải tiến hành điều chỉnh Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng trong giai đoạn trước, để lĩnh vực quảng cáo ngoài trời của tỉnh thực sự trở thành một ngành kinh tế quan trọng đóng góp đáng kể vào sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập khu vực, quốc tế. Đồng thời đây cũng là một kênh thông tin trực quan quan trọng tuyên truyền, phổ biến hiệu quả chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước tới các tầng lớp nhân dân,

góp phần xây dựng cảnh quan, văn minh đô thị trên địa bàn tỉnh. Vì vậy, việc lập Đề án Điều chỉnh Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035 là vô cùng cần thiết.

II. CĂN CỨ LẬP QUY HOẠCH

1. Văn bản của Trung ương

- Luật Giao thông đường thủy nội địa ngày 15/6/2004; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giao thông đường thủy nội địa ngày 17/6/2014;
- Luật Điện lực ngày 03/12/2004; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Điện lực ngày 20/11/2012;
- Luật Thương mại ngày 14/6/2005;
- Luật Đề điều ngày 29/11/2006; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Phòng, chống thiên tai và Luật Đề điều ngày 17/6/2020;
- Luật Giao thông đường bộ ngày 13/11/2008;
- Luật Quy hoạch đô thị ngày 17/6/2009;
- Luật Quảng cáo ngày 21/6/2012;
- Luật Xây dựng ngày 18/6/2014; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Xây dựng ngày 17/6/2020;
- Luật Đường sắt ngày 16/6/2017;
- Luật Thủy lợi ngày 19/6/2017;
- Luật Quy hoạch ngày 24/11/2017; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của 37 Luật có liên quan đến quy hoạch ngày 20/11/2018;
- Luật Đo đạc và Bản đồ ngày 15/7/2018;
- Luật Kiến trúc ngày 13/6/2019;
- Luật Đầu tư công ngày 13/6/2019;
- Luật Đầu tư ngày 17/6/2020;
- Luật Đất đai ngày 18/01/2024;
- Nghị định số 79/2009/NĐ-CP ngày 28/9/2009 của Chính phủ về Quản lý chiếu sáng đô thị;
- Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/02/2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;
- Nghị định số 37/2010/NĐ-CP ngày 07/4/2010 của Chính phủ về lập, thẩm định, phê duyệt và quản lý quy hoạch đô thị;
- Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 của Chính phủ Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật quảng cáo;
- Nghị định số 35/2015/NĐ-CP ngày 13/4/2015 của Chính phủ về Quản lý và sử dụng đất trồng lúa;
- Nghị định số 44/2015/NĐ-CP ngày 06/5/2015 của Chính phủ quy định chi tiết một số nội dung về quy hoạch xây dựng;

- Nghị định số 32/2016/NĐ-CP ngày 06/5/2016 của Chính phủ Quy định về quản lý độ cao chướng ngại vật hàng không và các trận địa quản lý, bảo vệ vùng trời tại Việt Nam;
- Nghị định số 33/2019/NĐ-CP ngày 24/4/2019 của Chính phủ về quy định việc quản lý, sử dụng và khai thác tài sản kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;
- Nghị định số 62/2019/NĐ-CP ngày 11/7/2019 của Chính phủ Sửa đổi bổ sung một số điều Nghị định số 35/2015/NĐ-CP ngày 13/4/2015 của Chính phủ về Quản lý và sử dụng đất trồng lúa;
- Nghị định số 72/2019/NĐ-CP ngày 30/8/2019 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 37/2010/NĐ-CP ngày 07/4/2010 của Chính phủ về lập, thẩm định, phê duyệt và quản lý quy hoạch đô thị;
- Nghị định số 85/2020/NĐ-CP ngày 17/7/2020 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Kiến trúc;
- Nghị định số 15/2021/NĐ-CP ngày 03/3/2021 của Chính phủ Quy định chi tiết một số nội dung về quản lý dự án đầu tư xây dựng;
- Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 29/12/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển văn hoá đến năm 2030;
- Quyết định số 1727/QĐ-TTg ngày 29/12/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tỉnh Lâm Đồng thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050;
- Thông tư số 16/2009/TT-BXD ngày 30/6/2009 của Bộ Xây dựng về sửa đổi, bổ sung Thông tư số 04/2008/TT-BXD ngày 20/02/2008 của Bộ Xây dựng về Hướng dẫn quản lý đường đô thị;
- Thông tư số 21/2014/TT-BXD ngày 29/12/2014 của Bộ Xây dựng Ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng công trình đảm bảo người khuyết tật tiếp cận sử dụng và QCVN10:2014/BXD Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng công trình đảm bảo người khuyết tật tiếp cận sử dụng;
- Thông tư số 01/2016/TT-BXD ngày 01/02/2016 của Bộ Xây dựng về việc ban hành quy chuẩn Việt Nam QCVN 07:2016/BXD - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia các công trình hạ tầng kỹ thuật đô thị;
- Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018 của Bộ Xây dựng Ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời;
- Thông tư 01/2021/TT-BXD ngày 19/5/2021 của Bộ Xây dựng Ban hành QCVN 01:2021/BXD quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Quy hoạch xây dựng;
- Thông tư số 10/2021/TT-BXD ngày 25/8/2021 của Bộ Xây dựng Hướng dẫn một số điều và biện pháp thi hành Nghị định số 06/2021/NĐ-CP ngày 26 tháng 01 năm 2021 và Nghị định số 44/2016/NĐ-CP ngày 15 tháng 5 năm 2016 của Chính phủ;

- Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT ngày 23/9/2015 của Bộ Giao thông vận tải về hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/02/2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

- Thông tư số 10/2013/TT-BVHIỆN TRẠNGTDL ngày 06/12/2013 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều 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;

- Công văn số 2140/BVHIỆN TRẠNGTDL-VHCS ngày 01/7/2014 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc xây dựng Quy hoạch quảng cáo;

- Hướng dẫn số 241/HD-BVHIỆN TRẠNGTDL ngày 21/01/2022 của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch hướng dẫn lập (hoặc điều chỉnh) Quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

2. Văn bản của tỉnh Lâm Đồng

- Nghị quyết số 214/NQ-HĐND ngày 27/10/2023 của Hội đồng nhân dân tỉnh Lâm Đồng thông qua Quy hoạch tỉnh Lâm Đồng thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050;

- Quyết định số 37/2021/QĐ-UBND ngày 26/10/2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng ban hành Quy định quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng;

- Quyết định số 1751/QĐ-UBND ngày 15/8/2011 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng Về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch bảng quảng cáo ngoài trời tại cảng hàng không Liên Khương - tỉnh Lâm Đồng;

- Quyết định số 99/QĐ-UBND ngày 12/01/2011 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng Về việc phê duyệt dự án đầu tư cụm panô quảng cáo trên tuyến đường cao tốc Liên Khương - Prenn;

- Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng phê duyệt đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng;

- Quyết định số 2313/QĐ-UBND ngày 20/11/2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng về việc phê duyệt Đề cương và dự toán kinh phí điều chỉnh quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035;

- Văn bản số 702/VP-VX2 ngày 19/11/2021 của Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh về việc thực hiện một số nhiệm vụ về tuyên truyền, quảng cáo trên địa bàn tỉnh; văn bản số 1369/UBND-VX2 ngày 08/3/2022 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng về việc điều chỉnh quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh và văn bản số 1432/UBND-VX4 ngày 28/02/2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng về việc điều chỉnh quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh;

- Đề cương chi tiết báo cáo Tình hình thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2021-2025; mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2026 - 2030;

- Báo cáo số 148/BC-UBND ngày 28/6/2024 của Ủy ban nhân dân tỉnh về tình hình thực hiện kế hoạch kinh tế - xã hội 6 tháng đầu năm 2024; nhiệm vụ, giải pháp 6 tháng cuối năm 2024;

- Báo cáo số 610-BC/TU ngày 10/7/2024 của Tỉnh ủy Lâm Đồng về tình hình kinh tế - xã hội, quốc phòng – an ninh, xây dựng Đảng và hệ thống chính trị 6 tháng đầu năm; nhiệm vụ, giải pháp 6 tháng cuối năm 2024.

- Các báo cáo thống kê tình hình kinh tế xã hội tỉnh Lâm Đồng của Cục Thống kê tỉnh Lâm Đồng (Hiện trạng: <http://cucthongke.lamdong.gov.vn/>).

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

1. Đối tượng

1.1. Hệ thống tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội.

- Bảng tuyên truyền;
- Bảng tin điện tử công cộng;
- Bảng rôn tuyên truyền;
- Phương tiện tuyên truyền dạng chữ, hình, biểu tượng, công nghệ chiếu không gian (ba chiều hoặc nhiều chiều),...
- Bảng quảng cáo rao vặt (Bảng thông tin quảng cáo).
- Các vị trí tuyên truyền có thể kết hợp quảng cáo thương mại (Căn cứ các đề án xã hội hóa được cấp có thẩm quyền chấp thuận).

1.2. Hệ thống quảng cáo thương mại

- Bảng quảng cáo đứng độc lập;
- Bảng quảng cáo gắn/ốp vào công trình;
- Bảng rôn quảng cáo;
- Màn hình chuyên quảng cáo.
- Phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng, công nghệ chiếu không gian (ba chiều hoặc nhiều chiều),...
- Biển hiệu.

2. Phạm vi quy hoạch

2.1. Về không gian: Toàn bộ ranh giới hành chính tỉnh Lâm Đồng, trong đó tập trung vào các khu vực sau:

- Các trung tâm kinh tế - văn hóa - thương mại - thể thao - du lịch cấp tỉnh, cấp huyện.
- Các tuyến cao tốc, quốc lộ, đường tỉnh, đường huyện, các công trình đầu mối giao thông.
- Các khu, cụm công nghiệp, khu du lịch.

- Các khu đô thị và một số điểm thích hợp tại một số cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp và nhà dân có nhu cầu.

2.2. Về thời gian: Quy hoạch đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

3. Giải thích từ ngữ

Trong Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

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

2. *Tuyên truyền, cổ động:* Hoạt động có mục đích của chủ thể nhằm truyền bá những tri thức, giá trị tinh thần, tư tưởng đến đối tượng, biến những kiến thức, giá trị tinh thần đó thành nhận thức, niềm tin, tình cảm của đối tượng, thôi thúc đối tượng hành động theo những định hướng, những mục tiêu do chủ thể tuyên truyền đặt ra. Trong nội dung này, hoạt động tuyên truyền chủ yếu được thực hiện thông qua các phương tiện tương tự các phương tiện quảng cáo ngoài trời (Bảng tuyên truyền, băng rôn...).

3. *Dịch vụ có mục đích sinh lợi:* Dịch vụ nhằm tạo ra lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân cung ứng dịch vụ.

4. *Dịch vụ không có mục đích sinh lợi:* Dịch vụ vì lợi ích của xã hội không nhằm tạo ra lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân cung ứng dịch vụ.

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

6. *Xúc tiến quảng cáo:* Hoạt động tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội ký kết hợp đồng dịch vụ quảng cáo.

7. *Phương tiện quảng cáo:* Phương tiện có chất liệu và kích thước khác nhau để thể hiện các sản phẩm quảng cáo.

8. *Phương tiện quảng cáo ngoài trời đứng độc lập:* Phương tiện quảng cáo được định vị cố định xuống mặt đất/nền đặt ngoài trời.

9. *Phương tiện quảng cáo ngoài trời gắn/ốp vào công trình:* Phương tiện quảng cáo được định vị cố định vào công trình có sẵn ngoài trời.

10. *Màn hình chuyên quảng cáo:* Phương tiện quảng cáo sử dụng công nghệ điện tử để truyền tải các sản phẩm quảng cáo, bao gồm màn hình LED, LCD và các hình thức tương tự.

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

12. *Diện tích quảng cáo:* Phần thể hiện các sản phẩm quảng cáo trên công trình quảng cáo.

13. *Đường bộ*: Bao gồm đường, cầu đường bộ, hầm đường bộ, bến phà đường bộ.

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

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

16. *Hành lang an toàn giao thông đường sắt*: Phạm vi được xác định bởi khoảng không, vùng đất, vùng nước xung quanh liền kề với phạm vi bảo vệ đường sắt để bảo đảm an toàn giao thông đường sắt; phục vụ công tác cứu hộ, cứu nạn khi cần thiết và bảo đảm tầm nhìn cho người tham gia giao thông.

17. *Hành lang an toàn bảo vệ luồng đường thủy nội địa*: Phần giới hạn của vùng nước hoặc dải đất dọc hai bên luồng để lắp đặt báo hiệu, bảo vệ luồng và bảo đảm an toàn giao thông.

18. *Hành lang bảo vệ đê điều*: Quy định tại khoản 2 Điều 23 Luật Đê điều 79/2006/QH11.

19. *Hành lang bảo vệ an toàn lưới điện cao áp*: Khoảng không gian giới hạn dọc theo đường dây tải điện hoặc bao quanh trạm điện và được quy định cụ thể trong Nghị định số 14/2014/NĐ-CP ngày 26/02/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật điện lực về an toàn điện và Nghị định số 51/2020/NĐ-CP ngày 21/04/2020 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 14/2014/NĐ-CP ngày 26/02/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật điện lực về an toàn điện.

20. *Đường đô thị*: Đường bộ nằm trong phạm vi địa giới hành chính nội thành, nội thị.

21. *Đường ngoài đô thị*: Đường bộ nằm ngoài phạm vi địa giới hành chính nội thành, nội thị.

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

23. *Công trình thấp tầng*: Công trình có chiều cao đến 07 tầng hoặc đến 28 m.

24. *Công trình cao tầng*: Công trình có chiều cao từ 08 tầng trở lên hoặc lớn hơn 28 m.

25. *Tầng*: Không gian nằm giữa một nền/sàn và trần ngay phía trên nó.

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

1. Đánh giá 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

1.1. Điều kiện tự nhiên

Lâm Đồng là tỉnh miền núi phía Nam Tây Nguyên có độ cao trung bình từ

800 - 1.000 m so với mặt nước biển với diện tích tự nhiên 9.772,19 km²; địa hình tương đối phức tạp chủ yếu, là bình sơn nguyên, núi cao đồng thời cũng có những thung lũng nhỏ bằng phẳng đã tạo nên những yếu tố tự nhiên khác nhau về khí hậu, thổ nhưỡng, thực động vật ... và những cảnh quan kỳ thú cho Lâm Đồng.

Phía đông giáp các tỉnh Khánh Hoà và Ninh Thuận. Phía tây nam giáp tỉnh Đồng Nai.

Phía nam - đông nam giáp tỉnh Bình Thuận. Phía bắc giáp tỉnh Đắk Lắk

Lâm Đồng nằm trên 3 cao nguyên và là khu vực đầu nguồn của 7 hệ thống sông lớn; nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam – là khu vực năng động, có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và là thị trường có nhiều tiềm năng lớn. Toàn tỉnh có thể chia thành 3 vùng với 5 thế mạnh: Phát triển cây công nghiệp dài ngày, lâm nghiệp, khoáng sản, du lịch - dịch vụ và chăn nuôi gia súc.

Lâm Đồng có 12 đơn vị hành chính: 02 thành phố (Đà Lạt, Bảo Lộc) và 10 huyện. Thành phố Đà Lạt là trung tâm hành chính, kinh tế, chính trị xã hội của tỉnh. Các tuyến quốc lộ 20, 27, 28, 55. Các tỉnh lộ 721,722,723, 724 và 725 và đường Đông Trường Sơn nối liền Lâm Đồng với vùng Đông Nam bộ, thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh thuộc vùng Tây nguyên, các tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ, tạo cho Lâm Đồng có mối quan hệ kinh tế-xã hội với các vùng kinh tế, các tỉnh trong khu vực. Trong tương lai khi tuyến đường cao tốc Dầu Giây- Liên Khương (đến sân bay Liên Khương) được đầu tư xây dựng sẽ rút ngắn được thời gian đi từ Tp.Hồ Chí Minh-Đà Lạt còn khoảng 3-4 giờ.

Cảng Hàng không sân bay Liên Khương nằm cách trung tâm thành phố Đà Lạt 28 km về phía Nam, với đường bay dài 3.250m, công suất 1,5-2 triệu khách/năm đạt tiêu chuẩn quốc tế đáp ứng khai thác được các loại máy bay hàng không dân dụng tầm trung như A320, A321, Fokker 70 và tương đương. Hàng ngày có các chuyến bay đi Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng và ngược lại. Chính quyền tỉnh Lâm Đồng đang nỗ lực hợp tác xúc tiến các tuyến bay đi Singapore, Simrip...

Lâm Đồng có nhiều lễ hội văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc như lễ hội cồng chiêng, lễ hội mừng lúa mới, lễ hội đâm trâu. Đến nay, cứ hai năm một lần Lâm Đồng tổ chức lễ hội Festival Hoa Đà Lạt.

Hệ thống cơ sở hạ tầng khác như điện, nước, bưu chính viễn thông của địa phương khá ổn định. Hiện nay 100% số xã trong tỉnh đã có điện và mạng lưới bưu chính đến trung tâm đáp ứng nhu cầu phát triển của địa phương và các nhà đầu tư quảng cáo bằng màn hình điện tử, các hình thức quảng cáo sử dụng công nghệ... cần tiêu thụ điện.

1.1.1. Địa hình

Đặc điểm chung của Lâm Đồng là địa hình cao nguyên tương đối phức tạp, chủ yếu là bình sơn nguyên, núi cao đồng thời cũng có những thung lũng nhỏ bằng phẳng đã tạo nên những yếu tố tự nhiên khác nhau về khí hậu, thổ nhưỡng, thực động vật ... và những cảnh quan kỳ thú cho Lâm Đồng.

Đặc điểm nổi bật của địa hình tỉnh Lâm Đồng là sự phân bậc khá rõ ràng từ bắc xuống nam.

Phía bắc tỉnh là vùng núi cao, vùng cao nguyên Lang Bian với những đỉnh cao từ 1.300m đến hơn 2.000m như Bi Đúp (2.287m), Lang Bian (2.167m).

Phía đông và tây có dạng địa hình núi thấp (độ cao 500 – 1.000m).

Phía nam là vùng chuyển tiếp giữa cao nguyên Di Linh – Bảo Lộc và bán bình nguyên.

Với các vùng khí hậu, thổ nhưỡng cần có các biện pháp duy tu, bảo dưỡng phù hợp đảm bảo sạch, đẹp, tuổi thọ công trình quảng cáo.

1.1.2. Địa chất:

Tham gia vào cấu trúc địa chất tỉnh Lâm Đồng bao gồm các đá trầm tích, phun trào, xâm nhập có tuổi từ Jura giữa đến Đệ Tứ. Các trầm tích, phun trào được phân ra 14 phân vị địa tầng có tuổi và thành phần đá khác nhau. Các đá xâm nhập trong phạm vi tỉnh Lâm Đồng thuộc 4 phức hệ: Định Quán, đèo Cả, Cà Ná, Cù Mông.

Địa phận tỉnh Lâm Đồng nằm ở phía đông nam đới Đà Lạt. Đới này là một khối vỏ lục địa Tiền Cambri bị sụt lún trong Jura sớm - giữa và phần lớn diện tích đới bị hoạt hoá magma kiến tạo mạnh mẽ trong Mesozoi muộn và Kainozoi.

Trong quá trình thiết kế, thi công móng cần khảo sát địa chất cẩn thận, đảm bảo an toàn, ổn định, bền vững cho công trình quảng cáo ngoài trời.

1.1.3. Khí hậu

Lâm Đồng nằm trong khu vực chịu ảnh hưởng của khí hậu nhiệt đới gió mùa biến thiên theo độ cao, trong năm có 2 mùa rõ rệt; mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11, mùa khô từ tháng 12 đến tháng 4 năm sau.

Nhiệt độ thay đổi rõ rệt giữa các khu vực, càng lên cao nhiệt độ càng giảm. Nhiệt độ trung bình năm của tỉnh dao động từ 18 – 25°C, thời tiết ôn hòa và mát mẻ quanh năm, thường ít có những biến động lớn trong chu kỳ năm.

Lượng mưa trung bình 1.750 - 3.150 mm/năm, độ ẩm tương đối trung bình cả năm 85 - 87%, số giờ nắng trung bình cả năm 1.890 - 2.500 giờ, thuận lợi cho phát triển du lịch nghỉ dưỡng và phát triển các loại cây trồng, vật nuôi có nguồn gốc ôn đới. Đặc biệt Lâm Đồng có khí hậu ôn đới ngay trong vùng khí hậu nhiệt đới điển hình và nằm không xa các trung tâm đô thị lớn và vùng đồng bằng đông dân.

Với thời tiết và độ ẩm cao như vậy cần chú ý các vật liệu trong thiết kế bảng tuyên truyền, quảng cáo tránh bị rỉ sét ảnh hưởng tới tính bền vững và mỹ quan của bảng tuyên truyền, quảng cáo.

1.1.4. Thủy văn

Lâm Đồng là tỉnh nằm trong hệ thống sông Đồng Nai, có nguồn nước rất phong phú, mạng lưới suối khá dày đặc, tiềm năng thủy điện rất lớn, với 73 hồ

chứa nước, 92 đập dâng.

Sông suối trên địa bàn Lâm Đồng phân bố khá đồng đều, mật độ trung bình 0,6km/km² với độ dốc đáy nhỏ hơn 1%. Phần lớn sông suối chảy từ hướng đông bắc xuống tây nam.

Do đặc điểm địa hình đồi núi và chia cắt mà hầu hết các sông suối ở đây đều có lưu vực khá nhỏ và có nhiều ghènh thác ở thượng nguồn.

Các sông lớn của tỉnh thuộc hệ thống sông Đồng Nai. Ba sông chính ở Lâm Đồng là:

- Sông Đa Dâng (Đạ Đờng);
- Sông La Ngà;
- Sông Đa Nhim.

Hệ thống đường thủy là nguồn tài nguyên cho phát triển tuyên truyền, quảng cáo, tuy nhiên, cũng như nhiều địa phương khác trên cả nước, việc nước lên xuống thất thường và hai bên đường thủy thường có đê, kè... với những quy định ngặt nghèo gây trở ngại không ít với việc lắp dựng phương tiện tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời. Ngoài ra, loại hình quảng cáo này thường được khai thác tại khu vực trung tâm, gần các bến bãi, khu du lịch...

1.1.5. Tiềm năng du lịch

Đà Lạt -Lâm Đồng nằm trên cao nguyên Lâm Viên với độ cao từ trung bình từ 800-1.500m so với mực nước biển, khí hậu mát mẻ quanh năm. Bên cạnh đó là rất nhiều các hang động, nguồn nước khoáng và hồ nước tạo thành nguồn tài nguyên du lịch thiên nhiên phong phú. Trung tâm du lịch Đà Lạt cách các đô thị lớn của vùng và khu vực không xa, giao thông thuận lợi cả về đường bộ, hàng không và có khả năng khôi phục đường sắt Đà Lạt- Tháp Chàm. Đà Lạt – Lâm Đồng có nhiều cảnh quan thiên nhiên kỳ thú nổi tiếng về hồ, thác nước, rừng thông, các công trình kiến trúc mang giá trị văn hóa - nghệ thuật cao nên Đà Lạt Lâm Đồng có điều kiện để phát triển đa dạng hóa các loại hình du lịch như: du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, tham quan, vui chơi giải trí, văn hóa- thể thao, nghiên cứu khoa học, du lịch giáo dục...

1.2. Về phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Năm 2024, kinh tế thế giới tiếp tục đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức, hầu hết các nền kinh tế trên thế giới đều có mức tăng trưởng thấp hơn kỳ vọng do tổng cầu suy giảm; lạm phát đã hạ nhiệt nhưng vẫn ở mức cao; chính sách tiền tệ thắt chặt, nợ công thế giới đã tăng lên mức kỷ lục, xung đột quân sự giữa Nga và U-crai-na phức tạp hơn, bất ổn địa chính trị, an ninh lương thực, thiên tai, biến đổi khí hậu... ngày càng gia tăng.

Tỉnh Lâm Đồng cũng như nhiều địa phương khác trên cả nước, mặc dù còn nhiều khó khăn nhưng Đảng bộ, chính quyền và Nhân dân các dân tộc tỉnh Lâm Đồng đã nỗ lực phấn đấu và đạt được những kết quả tích cực so với mục tiêu đến năm 2025 xác định tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XII.

Nhìn chung tình hình kinh tế - xã hội 9 tháng năm 2024 của Lâm Đồng tăng trưởng so cùng kỳ nhưng tốc độ tăng trưởng thấp.

1.2.1. Về kinh tế

Nhận định tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Lâm Đồng trong 9 tháng năm 2024, tăng trưởng so với cùng kỳ năm trước, tuy nhiên mức tăng trưởng còn chậm (tăng 3,35% so với cùng kỳ) do một số nguyên nhân khách quan như thời tiết nắng hạn trong những tháng đầu năm, ảnh hưởng của bối cảnh kinh tế thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường và một số nguyên nhân chủ quan như tình hình giải ngân vốn đầu tư công chậm, các chính sách về khai khoáng bị thắt chặt... (một số ngành có tốc độ giảm so cùng kỳ như khai khoáng, sản xuất và phân phối điện và xây dựng).

Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) 9 tháng năm 2024 theo giá so sánh 2010 tăng 3,35% so với cùng kỳ. Trong mức tăng chung của toàn tỉnh, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,53%, đóng góp 0,92 điểm phần trăm trong mức tăng chung của GRDP.

Khu vực công nghiệp - xây dựng giảm 0,17%, làm giảm 0,04 điểm phần trăm trong mức tăng chung của GRDP; trong đó ngành công nghiệp chiếm tỉ lệ 65,31% trong khu vực này, tăng 1,39% so với cùng kỳ (chủ yếu tăng từ ngành công nghiệp chế biến chế tạo), đóng góp 0,19 2 điểm phần trăm trong mức tăng chung của GRDP.

Khu vực dịch vụ tăng 4,71% so với cùng kỳ, đóng góp 2,22 điểm phần trăm trong mức tăng chung của GRDP.

Thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm tăng 4,38% so với cùng kỳ, với mức đóng góp 0,25 điểm phần trăm trong mức tăng GRDP.

Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) 9 tháng năm 2024 theo giá hiện hành đạt 78.288,9 tỷ đồng, tăng 7,93% so với cùng kỳ. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp, thủy sản đạt 20.703,4 tỷ đồng, tăng 6,15%; khu vực công nghiệp - xây dựng đạt 17.936,1 tỷ đồng, tăng 4,96%; khu vực dịch vụ đạt 35.159,8 tỷ đồng, tăng 10,46%; thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm đạt 4.489,6 tỷ đồng, tăng 9,04% so với cùng kỳ. Cơ cấu GRDP 9 tháng năm 2024: khu vực I là 26,44%, khu vực II là 22,91%, khu vực III là 44,91% và thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm là 5,74%.

1.2.2. Quốc phòng - an ninh

Thực hiện có hiệu quả công tác bảo vệ an ninh quốc gia, bảo đảm trật tự an toàn xã hội trên địa bàn tỉnh. Trật tự an toàn xã hội có nhiều chuyển biến tích cực, công tác phòng ngừa, đấu tranh, ngăn chặn các loại tội phạm và vi phạm pháp luật về kinh tế, môi trường đạt nhiều kết quả quan trọng. Công tác chỉ đạo, tuyên truyền, kiểm tra phòng cháy chữa cháy được thực hiện thường xuyên. Công tác bảo đảm trật tự an toàn giao thông được duy trì thường xuyên và mở các đợt cao điểm xử lý vi phạm theo các chuyên đề.

1.2.3. Văn hóa - Thể thao - Du lịch

Đà Lạt -Lâm Đồng nằm trên cao nguyên Lâm Viên với độ cao từ trung bình từ 800-1.500m so với mực nước biển, khí hậu mát mẻ quanh năm. Trung tâm du lịch Đà Lạt cách các đô thị lớn của vùng và khu vực không xa, giao thông thuận lợi cả về đường bộ, hàng không và có khả năng khôi phục đường sắt Đà Lạt- Tháp Chàm. Đà Lạt – Lâm Đồng có nhiều cảnh quan thiên nhiên kỳ thú nổi tiếng về hồ, thác nước, rừng thông, các công trình kiến trúc mang giá trị văn hóa - nghệ thuật cao nên Đà Lạt Lâm Đồng có điều kiện để phát triển đa dạng hóa các loại hình du lịch như: du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, tham quan, vui chơi giải trí, văn hóa- thể thao, nghiên cứu khoa học, du lịch giáo dục...

Đến nay, toàn tỉnh có 112 khu, điểm du lịch, điểm tham quan; trong đó có: 01 khu du lịch quốc gia, 02 khu du lịch cấp tỉnh và 15 điểm du lịch đã được UBND tỉnh cấp quyết định công nhận; Có 02 di sản thế giới, 01 Khu dự trữ sinh quyển thế giới được UNESCO công nhận (di sản tư liệu “Mộc bản Triều Nguyễn”, di sản văn hóa phi vật thể “Không gian văn hoá cồng chiêng Tây Nguyên”, Khu dự trữ sinh quyển thế giới Lang Biang) phục vụ nhu cầu tham quan, giải trí của du khách.

Toàn tỉnh hiện có 3.091 cơ sở lưu trú với tổng số 43.770 phòng; trong đó, có 449 khách sạn từ 1-5 sao với tổng số 13.172 phòng (gồm 52 khách sạn cao cấp từ 3 - 5 sao với 4.672 phòng, 398 khách sạn từ 1-2 sao với 8.435 phòng). Có 79 đơn vị kinh doanh lữ hành (trong đó có 44 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế, 35 đơn vị kinh doanh lữ hành nội địa).

Năm 2023, Tổng lượt khách đến tham quan, nghỉ dưỡng tại Lâm Đồng đạt 8.650.000 lượt (tăng 15,3% so với cùng kỳ năm 2022, đạt 101,8% kế hoạch năm 2023). Trong đó, khách quốc tế đạt: 400.000 lượt (tăng 166,7% so với cùng kỳ năm 2022, đạt 160% kế hoạch năm 2023), khách nội địa đạt: 8.250.000 lượt (tăng 12,2% so với cùng kỳ năm 2022, đạt 100% kế hoạch năm 2023). Khách qua lưu trú đạt: 6.700.000 lượt (tăng 21,8% so với cùng kỳ năm 2022, đạt 103,1% kế hoạch năm 2023). Doanh thu từ du lịch đạt 15.570 tỷ đồng.

Trong 6 tháng năm 2024: Tổng lượt khách đến tham quan, nghỉ dưỡng tại Lâm Đồng ước đạt 5.060.000 lượt (tăng 12,2% so với cùng kỳ năm 2023, đạt 52,2% KH năm 2024). Trong đó, khách quốc tế ước đạt 301.000 lượt (tăng 32,6% so với cùng kỳ năm 2023, đạt 54,7% KH năm 2024), khách nội địa ước đạt: 4.759.000 lượt (tăng 11,4% so với cùng kỳ năm 2023, đạt 52% KH năm 2024). Khách qua lưu trú ước đạt 3.660.000 lượt (tăng 14,9 % so với cùng kỳ năm 2022, đạt 48,1% KH năm 2024).

Để tăng thêm giá trị khai thác du lịch, tỉnh Lâm Đồng đã chú trọng tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ; các hoạt động trưng bày giới thiệu quảng bá sản phẩm văn hoá du lịch; các giải thi đấu thể thao cấp khu vực và toàn quốc cùng với việc quảng bá, giới thiệu khai thác có hiệu quả các sự kiện điểm nhấn như “Festival hoa Đà Lạt”,... đã thu hút đông đảo du khách đến tham quan, du lịch, nghỉ dưỡng, là điểm nhấn thu hút khách du lịch Việt Nam và Quốc tế, góp phần

tích cực tăng trưởng tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

Công tác Văn hóa và gia đình đạt được nhiều kết quả tích cực. Các mô hình, giải pháp can thiệp phòng chống bạo lực gia đình trên địa bàn tỉnh được duy trì và nhân rộng. Phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” gắn với xây dựng nông thôn mới tiếp tục được đẩy mạnh, đi vào chiều sâu, tạo sức lan tỏa rộng rãi trong cộng đồng dân cư. Năng lực của gia đình trong phát triển kinh tế, ứng phó với thiên tai và khủng hoảng kinh tế; tạo việc làm, tăng thu nhập và phúc lợi, đặc biệt đối với các hộ gia đình chính sách, hộ nghèo và cận nghèo được nâng cao.

Hoạt động biểu diễn nghệ thuật, văn hóa quần chúng và văn hóa dân tộc được chú trọng đổi mới nội dung, tổ chức hoạt động; đáp ứng nhu cầu hưởng thụ ngày càng cao của người dân và phục vụ tốt nhiệm vụ chính trị của địa phương. Tuy nhiên do chưa được đầu tư, hỗ trợ đúng mức nên phong trào diễn ra chưa được thường xuyên, chất lượng còn hạn chế. Hoạt động nghệ thuật chuyên nghiệp chưa phát triển theo kịp thời đại, chưa đáp ứng được nhu cầu hưởng thụ văn hóa ngày càng cao của nhân dân.

Một số lĩnh vực liên quan đến công nghiệp văn hoá như: Hoạt động văn học nghệ thuật, biểu diễn, chiếu phim, triển lãm,... đã được tỉnh quan tâm đầu tư và đáp ứng nhu cầu tuyên truyền, giáo dục tư tưởng chính trị, đạo đức lối sống, hướng con người tới những giá trị tốt đẹp. Tuy nhiên nhận thức của các cấp, các ngành và nhân dân trong tỉnh về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp Văn hóa trong phát triển Kinh tế - Xã hội còn nhiều hạn chế. Việc hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa chưa được quan tâm đầu tư đúng mức. Nguồn kinh phí đầu tư cho xây dựng, sửa chữa, xây dựng các cơ sở vật chất liên quan còn chưa phù hợp. Nguồn nhân lực quản lý, hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ còn thiếu, kiêm nhiệm nhiều việc; hay biến động và chế độ đãi ngộ còn thấp. Với hệ thống di sản văn hoá khá nổi bật và thương hiệu nổi tiếng cả nước về “Đô thị di sản” nhưng hiện nay du lịch văn hoá vẫn chưa được khai thác hiệu quả và đem lại giá trị kinh tế đáng kể cho tỉnh.

Sự nghiệp Thể dục thể thao phát triển đã phục vụ tích cực nhiệm vụ chính trị của địa phương, góp phần nâng cao thể lực, tầm vóc, tạo sân chơi lành mạnh, bổ ích cho nhân dân, đẩy lùi các tệ nạn xã hội.

Phong trào “Toàn dân rèn luyện thân thể theo gương Bác Hồ vĩ đại” tiếp tục được triển khai và nâng cao chất lượng. Thể thao thành tích cao tiếp tục được quan tâm và đã đạt được những kết quả ấn tượng. Các sự kiện thể thao đã góp phần không nhỏ phát triển nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo đối với các dụng cụ thể thao, thực phẩm chức năng và các lĩnh vực phụ trợ

1.2.4. Y tế

Tình hình phòng chống dịch, bệnh trên địa bàn: Công tác tuyên truyền, phổ biến, quán triệt về phòng, chống các loại dịch bệnh được triển khai đồng bộ, đầy đủ đảm bảo phù hợp với điều kiện thực tế và tình hình dịch bệnh trên địa bàn,

không xảy ra tình hình giãn cách xã hội làm ảnh hưởng tới các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời.

1.3. Về mạng lưới giao thông

1.3.1. Đường bộ

Hiện nay, hệ thống đường bộ của Lâm Đồng tương đối dày và phân bố khá đều khắp trong tỉnh, cho phép các phương tiện giao thông có thể đến được hầu hết các xã và đáp ứng được nhu cầu đi lại của nhân dân. Nếu chỉ tính riêng các tuyến quốc lộ, đường tỉnh và đường huyện, đến nay, mạng lưới đường bộ ở Lâm Đồng có tổng chiều dài khoảng 9.517,08 km gồm 19,2 km đường cao tốc loại B; 555,88 km đường quốc lộ (đã được rải bê tông nhựa và láng nhựa toàn bộ, hệ thống đường quốc lộ đạt tiêu chuẩn cấp IV đến cấp III miền núi); 663 km đường tỉnh (nhựa là 85,7%, cấp phối đá dăm 6,3%, đất là 8%); 1.040,69 km đường đô thị (nhựa là 86,5%, bê tông xi măng 8,5%, cấp phối đá dăm 5%); khoảng 7.237,72 km đường huyện, xã và đường giao thông nông thôn, số km được cứng hóa khoảng 6.425,17 km đạt tỉ lệ 88,8%. Số lượng cầu 504 cầu (trong đó 353 cầu nhỏ, 138 cầu trung, 13 cầu lớn).

Hệ thống giao thông đường bộ phong phú là nguồn tài nguyên quý giá đối với tuyên truyền và quảng cáo ngoài trời. Tuy nhiên, phần lớn các tuyến đường quốc lộ, đường tỉnh, đường huyện có phần diện tích đất hai bên đường có thể lắp đặt các bảng quảng cáo theo đúng quy định hiện hành không nhiều.

1.3.2. Đường không

Hiện nay, sân bay Liên Khương có tổng diện tích 160ha với đường băng dài 2.374m và rộng 34m, có khả năng tiếp nhận loại máy bay ATR 72 trọng tải 26 tấn và các loại tương đương có áp suất bánh hơi 8kg/cm², lên xuống an toàn. Sân bay này trực thuộc cụm cảng hàng không miền Nam, việc điều hành bay rất thuận lợi, đảm bảo giao lưu nhanh chóng giữa Đà Lạt với các địa phương khác trong cả nước. Do nhu cầu đi lại của nhân dân ngày càng tăng nên hiện nay, hàng ngày đều có chuyến bay từ Đà Lạt đi Thành phố Hồ Chí Minh và ngược lại

Tại Cảng hàng không sân bay Liên Khương có thể phát triển các loại hình tuyên truyền, quảng cáo bằng màn hình điện tử trong nhà và các loại hình quảng cáo (có chiều cao thấp) trong nhà và xung quanh khu vực sân đón tiếp

1.3.3. Đường thủy

Do đặc điểm địa hình núi và cao nguyên nên hệ thống sông suối ở Lâm Đồng ít có giá trị giao thông. Ngay trên sông Đồng Nai, tuy là con sông lớn chảy qua địa bàn tỉnh nhưng trên sông có nhiều ghềnh thác và nước lên xuống theo mùa, nên giao thông chỉ thực hiện được trên những đoạn ngắn với những phương tiện nhỏ và thô sơ của cư dân vùng ven bờ sông. Giao thông đường sông trên sông Đồng Nai chỉ thực hiện được trên chiều dài khoảng 60km vào mùa khô và ở khu vực Cát Tiên là chủ yếu. Vào mùa mưa, nước từ thượng nguồn đổ dồn về nên nước chảy xiết và lòng sông có nhiều bãi đá hoặc ghềnh thác nguy hiểm nên giao thông bị hạn chế, chỉ có các bè mảng gỗ và tre nứa được khai thác và vận chuyển

trên sông là khá thuận lợi. Giao thông trên sông Đồng Nai giúp cho giao lưu hàng hoá giữa huyện Cát Tiên và tỉnh Bình Dương thêm thuận tiện.

Hệ thống đường thủy là nguồn tài nguyên cho phát triển tuyên truyền, quảng cáo, tuy nhiên, cũng như nhiều địa phương khác trên cả nước, việc nước lên xuống thất thường và hai bên đường thủy thường có đê, kè... với những quy định ngặt nghèo gây trở ngại không ít với việc lắp dựng phương tiện tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời. Ngoài ra, loại hình này thường được khai thác tại khu vực trung tâm, gần các bến bãi, khu du lịch...

1.4. Về hạ tầng kỹ thuật.

1.4.1. Hệ thống cung cấp điện

Mạng lưới truyền tải điện được chú ý cải tạo, nâng cấp và xây dựng mới. Một số tuyến quan trọng nhất là đường dây 220kV Đa Nhim - Bảo Lộc dài 110km, đường dây 66kV Đa Nhim - Đà Lạt dài 33km, đường dây 31,5kV Đa Nhim - Cần Rang - Đà Lạt - Nam Ban và Đà Lạt - Suối Vàng dài tổng cộng khoảng 70km, đường dây 35kV Bảo Lộc - Di Linh dài gần 30km và từ Bảo Lộc đi Đạ Huoai dài 44km. Từ các trạm, điện được dẫn về các địa phương theo mạng lưới phân phối với tổng chiều dài đường dây các loại 0,2-15kV đạt khoảng hơn 700km. Với hệ thống này, hiện nay 12 trên 12 huyện, thành phố và đại bộ phận các xã đã có điện lưới quốc gia, tốc độ tiêu thụ điện bình quân tăng 18- 20% hàng năm, trong đó ánh sáng sinh hoạt tăng nhanh và chiếm 50% tổng điện năng tiêu thụ.

Như vậy, về cơ bản điện đáp ứng được cho nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội, nhu cầu sinh hoạt và đặc biệt cung cấp điện cho các Bảng tin điện tử công cộng, màn hình quảng cáo, bảng quảng cáo, hộp đèn, bảng LED và các loại hình quảng cáo ứng dụng công nghệ cao đòi hỏi tiêu thụ điện.

1.4.2. Hệ thống thông tin và truyền thông

Tuy là một tỉnh miền núi nhưng Lâm Đồng là một trong số các tỉnh và thành phố có ngành bưu chính - viễn thông phát triển nhất cả nước với công nghệ hiện đại và giá trị sản xuất tăng nhanh. Đó là một thuận lợi lớn đối với sự phát triển kinh tế - xã hội và tuyên truyền, quảng cáo tại các trụ sở Bưu điện trên toàn tỉnh Lâm Đồng.

Hạ tầng viễn thông được chú trọng đầu tư với độ bao phủ rộng khắp, bảo đảm chất lượng dịch vụ, đáp ứng yêu cầu phát triển. Mạng lưới bưu chính mở rộng đến xã, phường, thị trấn; tham gia tích cực, có hiệu quả trong việc cung cấp dịch vụ công phục vụ công tác cải cách hành chính của tỉnh. Tỷ lệ xã có điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ đạt 100%; tỷ lệ xã, phường, thị trấn được phủ sóng mạng băng rộng cáp quang, mạng di động 3G, 4G, 5G đạt 100% (độ phủ đạt 100% khu dân cư); 100% các sở, ban, ngành, huyện, thành phố thực hiện tiếp nhận, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích. Qua đó, góp phần bảo đảm thông tin liên lạc phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành của các cấp, ngành, đáp ứng nhu cầu làm việc, kinh doanh, học tập và vui chơi giải trí của nhân dân và là điều kiện thuận lợi để người dân tìm kiếm thông tin rao vặt trên mạng, khiến cho hoạt động quảng cáo rao vặt không đúng quy định tại gốc cây, cột điện...

không còn hiệu quả.

Hạ tầng viễn thông phát triển là điều kiện lý tưởng cho việc quản lý và khai thác quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên môi trường số, thuận lợi cho việc xác định và quản lý vị trí quy hoạch bằng hệ tọa độ quốc tế WGS84. Các công nghệ giám sát, quản lý quảng cáo từ xa cũng được đưa vào sử dụng; ứng dụng công nghệ truyền dẫn nội dung tuyên truyền, quảng cáo không dây được thuận tiện, góp phần phát triển công nghệ tuyên truyền, quảng cáo hiện đại.

2. Đánh giá thực trạng hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tại tỉnh Lâm Đồng

2.1. Đánh giá kết quả thực hiện Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng (Được phê duyệt tại Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 của UBND).

Từ sau khi Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020 được phê duyệt, Luật Quảng cáo và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan có hiệu lực đã tạo hành lang pháp lý quan trọng, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động tuyên truyền và quảng cáo trên địa bàn tỉnh, đưa hoạt động này đi vào nền nếp, đồng thời đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo. Hoạt động quảng cáo ngoài trời đã góp phần tích cực trong việc phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Số liệu khảo sát sơ bộ tuyên truyền, quảng cáo tại tỉnh Lâm Đồng của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, phòng Văn hóa và Thông tin các huyện, thành phố và Công ty TNHH MTV tư vấn Dự án và Quy hoạch hiệu quả, đến hết ngày 15/6/2024, được tổng hợp như sau

Đơn vị hành chính		Hệ thống tuyên truyền, cổ động				Hệ thống quảng cáo thương mại				Tổng
		Bảng Tuyên truyền	Màn hình điện tử	Hộp đèn	Băng rôn	Bảng quảng cáo	Màn hình điện tử	Hộp đèn	Băng rôn	
Đà Lạt	QĐ1108	82	2	0	0	172	0	0	41	297
	HIỆN TRẠNG	86	2	0	0	25	3	0	0	116
Bảo Lộc	QĐ1108	17	0	57	700	65	0	0	0	839
	HIỆN TRẠNG	29	1	0	0	17	1	0	0	48
Đức Trọng	QĐ1108	82	2	0	0	172	0	0	41	297
	HIỆN TRẠNG	42	1	0	0	45	1	0	0	89
Lâm Hà	QĐ1108	245	0	0	65	9	0	0	53	372
	HIỆN TRẠNG	77	1	0	0	5	1	0	0	84
	QĐ1108	58	0	0	36	58	0	0	23	175

Lạc Dương	HIỆN TRẠNG	25	1	0	0	18	0	0	0	44
Bảo Lâm	QĐ1108	43	0	0	73	0	0	0	2	118
	HIỆN TRẠNG	26	1	0	33	0	0	0	0	60
Đơn Dương	QĐ1108	34	0	0	212	12	0	0	20	278
	HIỆN TRẠNG	23	1	0	57	4	0	0	0	85
Di Linh	QĐ1108	19	0	0	0	29	0	0	0	48
	HIỆN TRẠNG	20	1	0	32	7	0	0	0	60
Đạ Tẻh	QĐ1108	94	0	0	0	0	0	0	0	94
	HIỆN TRẠNG	59	1	0	22	3	0	0	0	85
Đam Rông	QĐ1108	115	0	0	300	65	0	0	610	1090
	HIỆN TRẠNG	56	1	0	55	12	0	0	0	124
Đạ Huoai	QĐ1108	63	0	0	38	12	0	0	171	284
	HIỆN TRẠNG	52	1	0	27	5	0	0	0	85
Cát Tiên	QĐ1108	84	0	0	50	75	0	0	330	539
	HIỆN TRẠNG	42	1	0	42	5	0	0	0	90
Tổng	QĐ1108	994	4	57	1510	727	0	0	1314	4606
	HIỆN TRẠNG	562	14	0	268	164	6	0	0	1014

Bảng 1. Số liệu khảo sát thực trạng tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng tháng 6/2024

Liên quan đến Quy hoạch quảng cáo ngoài trời đã phê duyệt trước đây, Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng đã ban hành các Quyết định số 1751/QĐ-UBND ngày 15/8/2011 Về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch bảng quảng cáo ngoài trời tại cảng hàng không Liên Khương - tỉnh Lâm Đồng; Quyết định số 99/QĐ-UBND ngày 12/01/2011 Về việc phê duyệt dự án đầu tư cụm panô quảng cáo trên tuyến đường cao tốc Liên Khương - Prenn; Nội dung các quyết định trên đã được tích hợp vào quy hoạch được phê duyệt tại Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 phê duyệt đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

Các huyện, thành phố đã tích cực triển khai thực hiện Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 của UBND tỉnh. Phần lớn các bảng tuyên truyền theo quy hoạch đã được triển khai lắp dựng (56%) tập trung chủ yếu tại khu vực

trung tâm hành chính (Trụ sở UBND các cấp, Trạm Y tế, Nhà văn hóa...), các bảng tuyên truyền phần lớn chỉ khoảng 10 m² – 30m² và được lắp dựng song song với đường giao thông. Các bảng tuyên truyền thường có chân thấp gây che chắn cảnh quan, tầm nhìn giao thông. Có một số bảng, băng rôn được treo, gắn vào tường bao, hàng rào trường học, đa phần các bảng đều thấp, phù hợp với người đi bộ và rất nhiều bảng đã bị cây che không còn hiệu quả tuyên truyền.



Bảng tuyên truyền, băng rôn treo hàng rào Phòng khám đa khoa khu vực Gia Viên - Trung tâm Y tế huyện Cát Tiên

Các bảng tuyên truyền và băng rôn dọc (phướn) được treo, gắn trên các cột đèn đường đã mang lại giá trị tuyên truyền rất lớn, gần gũi với người dân.

Màn hình điện tử tuyên truyền chủ yếu được triển khai dưới hình thức bảng gắn công trình có sẵn (Cổng cơ quan, cổng chào...) và diện tích nhỏ khoảng dưới 20m², một số địa phương được đầu tư lắp dựng màn hình LED kích thước lớn như huyện Di Linh, Cát Tiên... mang lại giá trị tuyên truyền cao nhưng lại ảnh hưởng ngân sách huyện vì khó khăn trong việc chi trả tiền điện cho màn hình nếu sử dụng thường xuyên. Màn hình LED quảng cáo được các đơn vị khai thác quảng cáo đầu tư chủ yếu tại Tp. Đà Lạt do chi phí đầu tư cao cần phải tập trung những khu vực đông khách du lịch.

Tuyến Cao tốc Liên Khương Prenn được quy hoạch 85 vị trí từ năm 2011, nhưng hiện nay hầu hết tất cả các vị trí đều không có đơn vị thực hiện quảng cáo, chỉ có 5 vị trí có đơn vị đầu tư khai thác quảng cáo, một phần do cây hai bên đường cao tốc mọc cao gây cản trở tầm nhìn, một phần do lưu lượng giao thông chưa đủ lớn để các thương hiệu quan tâm quảng cáo.

Khu vực Cảng hàng không quốc tế Liên Khương cây mọc cao cũng khiến các vị trí đã được lắp dựng không còn giá trị khai thác quảng cáo.

- Các yếu tố kế thừa.

+ Tiếp tục phát triển loại hình Bảng tuyên truyền, đặc biệt là các bảng tuyên truyền trên cột đèn, gắn công trình có sẵn. Do loại hình bảng tuyên truyền gắn cột đèn, gắn công trình có sẵn đều là các bảng kích thước nhỏ ($\approx 1m^2 - 20m^2$), khai thác cột đèn, công trình có sẵn (hàng rào, tường bao...) đầu tư không lớn, dễ thay thế, linh hoạt. Các bảng tuyên truyền một cột kích thước lớn tại các giao lộ, dọc theo các tuyến đường giao thông đầu tư lớn số lượng không nhiều, chỉ đầu tư tại các vị trí rất “đắc địa” và phần lớn khai thác nguồn vốn xã hội hóa.

+ Phát triển loại hình bảng rôn ngang gắn công trình (không treo ngang đường).

+ Các bảng tuyên truyền, quảng cáo đứng độc lập thiết kế theo kiểu dáng 1 cột trụ và theo quy chuẩn tại Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018 của Bộ Xây dựng Ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời.

- Các yếu tố không kế thừa.

+ Hạn chế lắp dựng các bảng tuyên truyền, quảng cáo song song với đường giao thông.

+ Không quy hoạch vị trí tuyên truyền, quảng cáo tại các khu vực dự kiến có cây mọc rậm và cao gây che chắn không phát huy được hiệu quả tuyên truyền, quảng cáo.

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

Trong những năm qua, dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy Đảng, chính quyền từ tỉnh đến cơ sở, công tác tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội trên địa bàn tỉnh đã đạt được những kết quả tích cực. Hoạt động tuyên truyền cổ động phục vụ nhiệm vụ chính trị diễn ra rất đa dạng, phong phú, nhất là trong dịp kỷ niệm những ngày lễ lớn, sự kiện chính trị của đất nước và của tỉnh. Đặc biệt, sau khi Luật Quảng cáo được ban hành, các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo trên địa bàn tỉnh đã dần đi vào nề nếp hơn. Công tác tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội đã có tác động tích cực đến nhận thức và đời sống của cán bộ, Nhân dân, cụ thể:

- Số lượng và chất lượng tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội trên địa bàn tỉnh ngày càng được nâng lên.

- Công tác quản lý nhà nước về tuyên truyền, quảng cáo được tăng cường.

- Công tác thanh tra, kiểm tra được duy trì thường xuyên.

- Tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội ngày càng đa dạng về hình thức, phong phú về nội dung và tính chuyên nghiệp hoá cao, phương tiện, thiết bị ngày càng hiện đại làm tăng vẻ đẹp cảnh quan đô thị, định hướng thẩm mỹ cho người dân, góp phần xây dựng nếp sống lành mạnh, xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

- Các bảng, băng rôn, áp phích tuyên truyền hiện nay được dùng bằng chất

liệu khung sắt, mặt tôn hoặc bạt Hiflex với mẫu mã, hình thức đẹp. Những bảng này tùy theo kích thước được treo trên các cột đèn dọc hai bên đường tại các tuyến quốc lộ hoặc đường phố tại các trung tâm huyện, thành phố hoặc tại các vị trí trung tâm như những đường giao nhau lớn, trên các nhà cao tầng, khu kinh doanh buôn bán đông dân cư.



Bảng tuyên truyền Nhà thi đấu đa năng huyện Lâm Hà, QL.27



Bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo UBND Thị trấn Liên Nghĩa, huyện Đức Trọng



Bảng tuyên truyền UBND xã Đạ Long, huyện Đam Rông, ĐT.722



Bảng tuyên truyền trên cột đèn đường Đinh Tiên Hoàng, Tp. Đà Lạt



Hệ thống tuyên truyền đường Điện Biên Phủ, phía trước Quảng trường huyện Đa Huoai

Các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể từ tỉnh đến cơ sở đã tích cực xây dựng hệ thống các bảng, màn hình LED, cụm pa nô ở các khu vực trung tâm huyện, thành phố và trên các trục đường giao thông, nơi cửa ngõ vào địa bàn; tuyên truyền tại trạm tin, bảng tin ở khu vực xã, phường, thị trấn và ở khu dân cư. Đây là hình thức tuyên truyền chủ đạo và có tác dụng lớn trong việc thông tin tuyên truyền các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước gắn với những ngày lễ, kỷ niệm, các sự kiện của đất nước, của địa phương.



Màn hình LED Quảng trường trung tâm huyện Lâm Hà



Màn hình LED khu vực giao đường Hùng Vương - đường Lê Lợi, huyện Di Linh

Hiện nay, trên địa bàn toàn tỉnh chưa có nhiều công trình cổ động trực quan đứng độc lập cỡ lớn đáp ứng thời kỳ phát triển mới của tỉnh. Phần lớn tuyên truyền trực quan dưới hình thức áp tường, hàng rào ngay gần hoặc sát trụ sở UBND cấp huyện, cấp xã, trụ sở cơ quan và song song với đường đi, các bảng tuyên truyền này phát huy tác dụng chủ yếu với người đi bộ.



Bảng, băng rôn tuyên truyền hàng rào Trạm Y tế xã Ka Đô, huyện Đơn Dương



Bảng tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo Trường Trung học cơ sở Ninh Gia, QL.20, huyện Đức Trọng

Về hoạt động tuyên truyền phục vụ lợi ích xã hội như tuyên truyền về các dịch vụ bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế; tuyên truyền về hôn nhân và gia đình, chống tảo hôn... đã góp phần tích cực trong việc tuyên truyền giải quyết các vấn đề an sinh xã hội và đẩy lùi các tệ nạn xã hội.



Bảng quảng cáo không có mục đích sinh lợi ĐT.725, Trạm Y tế xã B'Lá, Tp. Bảo Lộc



Bảng quảng cáo không có mục đích sinh lợi ĐT.722, xã Đa Tông, huyện Đam Rông

Trong thời gian qua, một số đơn vị thực hiện việc treo, đặt, dán, dựng bảng, băng rôn tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội nhưng chưa chú trọng giám sát, kiểm tra để xảy ra tình trạng bảng bị hoen rỉ, bạc màu, rách nát, bảng tập trung vào một chỗ, kích cỡ, cao thấp khác nhau.



Cụm bảng tuyên truyền Trạm Y tế xã Đa Tông, huyện Đam Rông



Cụm bảng tuyên truyền Trạm Y tế xã Tân Thanh, huyện Lâm Hà

Các bảng tuyên truyền cổ động nhỏ đã phát huy vai trò tuyên truyền cổ động trong suốt thời gian qua. Tuy nhiên, qua thời gian dịch bệnh ít được quan tâm và hiện nay nội dung đã không còn phù hợp, cũ kỹ và thô sơ, được đề xuất thay thế bằng phương tiện tuyên truyền hiện đại và hiệu quả hơn.



Bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo ngân hàng Agribank, đường Hùng Vương, huyện Đạ Huoai



Cụm bảng tuyên truyền ĐT.652, huyện Lạc Dương

Tại trung tâm các huyện, bảng tuyên truyền tầm nhỏ vẫn sử dụng các vật liệu, công nghệ cơ bản khung sắt, mặt bạt hiflex gắn vào hàng rào hoặc hông tường nhà, đặc biệt việc đa phần các bảng gắn song song với đường kém phát huy hiệu quả, phục vụ chủ yếu cho người đi bộ.



Cụm bảng tuyên truyền ĐT.725, UBND xã Tà Nung, Tp. Đà Lạt

Có 04 tuyên truyền (bảng chào) giáp ranh giữ tỉnh Lâm Đồng và các tỉnh: Bình Thuận, Ninh Thuận, Khánh Hòa, có diện tích 72 m², 02 chân trụ sắt, đế bê tông, chiều cao chân trụ 6 m. Một số vị trí giáp ranh giữa các huyện có lắp đặt bảng kích thước nhỏ (giáp ranh huyện Đức Trọng – Tp. Đà Lạt,...) dưới 40 m² chưa thể hiện được sự quan tâm đầu tư, quy mô nhưng phần nào phát huy tác dụng, một số vị trí bị cây che khuất, rách, hỏng, vị trí không còn phù hợp với điều kiện phát triển của tỉnh.



Bảng chào QL.27, giáp ranh Ninh Thuận, huyện Đơn Dương



Bảng chào QL.20, giữa Tp. Bảo Lộc - Huyện Đạ Huoai

Trên các tuyến đường, nhiều bảng tuyên truyền bị lấp sau những hàng cây, có những bảng bị cây che khuất hoàn toàn không phát huy được hiệu quả và có thể gây phản cảm.

Trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng không có hoạt động băng rôn chằng ngang đường giao thông, một số nơi treo băng rôn vào hàng rào, tường phục vụ cho các sự kiện của địa phương, tuy nhiên chất liệu băng rôn và phương thức treo không đảm bảo khiến băng rôn bị nhăn nhúm, “xộc xệch” ảnh hưởng đến mỹ quan đô thị. Ngoài ra, theo xu thế chuyển đổi số tích cực diễn ra trên cả nước nói chung và ở tỉnh Lâm Đồng nói riêng, việc tuyên truyền bằng băng rôn đã không còn hiệu quả như trước.



Băng rôn Trạm Y tế xã Tân Thanh, huyện Lâm Hà



Băng rôn Trạm xá xã Quảng Lập, huyện Đơn Dương

Trừ một số bảng tuyên truyền gắn trên cột đèn dải phân cách, hoạt động tuyên truyền trên các dải phân cách cũng không thấy đầu tư, một trong những lý do quan trọng là do dải phân cách trên địa bàn tỉnh có kích thước nhỏ.

Nhìn chung, hoạt động tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội trên địa bàn tỉnh đã có những thay đổi góp phần tích cực trong việc phát triển kinh tế, văn hoá - xã hội của tỉnh, đã có nhiều loại hình tuyên truyền phong phú, đa dạng. Tuy nhiên, hoạt động tuyên truyền chưa thực sự được đầu tư bài bản, quy mô. Công tác xã hội hóa trong hoạt động tuyên truyền theo hình thức tài trợ xã hội hóa xây dựng bảng tuyên truyền phục vụ nhiệm vụ chính trị ở tỉnh đã được quan tâm, thu hút được các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia đầu tư; Tuy nhiên việc tài trợ mới chỉ dừng lại ở một số vị trí “đắc địa” trong nội thành, nội thị hoặc trên tuyến cao tốc.

2.3. Thực trạng hoạt động quảng cáo thương mại

Phương tiện quảng cáo ngoài trời đứng độc lập hoặc gắn/ốp vào công trình xây dựng, có phần thể hiện sản phẩm quảng cáo ứng dụng các chất liệu như mặt bạt, mặt nhôm, màn hình, vật liệu phát quang... thường đặt tại những trục đường chính (Quốc lộ, đường trung tâm nội thành, nội thị...) để tiếp cận với nhiều khách hàng. Trên bảng cung cấp thông tin ngắn gọn, nổi bật về thương hiệu, sản phẩm, thích hợp để truyền thông thương hiệu dài hạn hơn là việc giới thiệu chi tiết về tính năng sản phẩm. Giúp tăng nhận diện thương hiệu thông qua logo, màu sắc, hình ảnh, thông điệp.



Bảng quảng cáo Ngã ba QL.20 - Cảng hàng không quốc tế Liên Khương, huyện Đức Trọng

Những năm gần đây, quảng cáo ngoài trời của cả nước ngày càng phát triển cả về số lượng và chất lượng, tuy nhiên quảng cáo ngoài trời tại tỉnh Lâm Đồng vẫn ở mức trung bình, chủ yếu tập trung tại tuyến Cao tốc, Quốc lộ và

một số tuyến đường đông người qua lại. Đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của các tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh trong tỉnh, quảng cáo ngoài trời giúp quảng bá, hỗ trợ đầu ra cho sản phẩm, các đơn vị thực hiện cạnh tranh lành mạnh, giúp cho người dân có nhiều sự lựa chọn hàng hoá và các dịch vụ, góp phần tích cực đẩy mạnh sự phát triển của nền kinh tế hàng hoá, tác động làm quá trình sản xuất lưu thông - phân phối tăng nhanh, giải quyết được nhiều việc làm cho người lao động và đóng góp thêm ngân sách cho tỉnh. Hoạt động quảng cáo ngoài trời cũng góp phần giới thiệu sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh đến người dân Lâm Đồng. Đồng thời quảng cáo ngoài trời tác động tốt đến nhận thức và thẩm mỹ của công chúng, làm tăng vẻ đẹp cảnh quan của tỉnh.

Công tác tiếp nhận và thẩm định nội dung hồ sơ thông báo thực hiện quảng cáo trên bảng rôn, bảng quảng cáo, đoàn người thực hiện quảng cáo của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh được thực hiện theo đúng quy trình, quy định của pháp luật về hoạt động quảng cáo và các quy định có liên quan; luôn tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị, tổ chức, cá nhân trong việc thực hiện thủ tục, thuận tiện về thời gian, đảm bảo nhanh gọn, kịp thời.

Tuy nhiên, hoạt động quảng cáo ngoài trời tại Lâm Đồng vẫn còn những hạn chế nhất định như tình trạng mất mỹ quan của các bảng quảng cáo. Nhiều bảng làm bằng chất liệu sắt, nhiều cột, kích cỡ khác nhau, không thống nhất, mặt bảng bị hoen ố, rách nát, không có nội dung, các trụ bị han gỉ, nhiều bảng còn trơ nguyên khung, mặt sắt, bị cây hoặc công trình che khuất không hiệu quả.



Bảng quảng cáo ĐT.722, xã Đa Tông, huyện Đam Rông

Nhiều tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo nhưng không thông báo đến cơ quan có thẩm quyền hoặc dựng bảng, biển quảng cáo không đúng với nội

dung, kích thước đã thông báo và được chấp thuận; vẫn còn tồn tại tình trạng các bảng quảng cáo di động nhỏ đặt ngoài hành lang, vỉa hè gây mất mỹ quan và ảnh hưởng đến trật tự an toàn giao thông...



Bảng quảng cáo QL.20, xã Phú Hội, huyện Đức Trọng

Tình trạng biến tướng, lách luật trong hoạt động quảng cáo chủ yếu diễn ra dưới hình thức biển hiệu kèm quảng cáo, nhiều bảng quảng cáo gắn, ốp công trình trá hình biển hiệu, tuy nhiên cơ quan quản lý khó xử lý do phân biệt giữa bảng quảng cáo và biển hiệu còn gặp nhiều khó khăn.

- Bảng quảng cáo đứng độc lập:



Bảng quảng cáo QL.20, xã Ninh Gia, huyện Đức Trọng

Loại hình quảng cáo đứng độc lập ngoài trời có khoảng 30 bảng trên địa bàn toàn tỉnh, các bảng quảng cáo này phần lớn có hai mặt, được thực hiện cạnh các tuyến Cao tốc, quốc lộ, đường tỉnh, các nút giao thông trọng điểm, một số bảng được đặt tại vị trí “đắc địa”, các bảng này sẽ được cân nhắc đưa vào quy

hoạch, tuy nhiên có thể điều chỉnh về vị trí và kích thước. Một số bảng khung giàn sắt sẽ phải tháo dỡ và thay thế bằng các bảng quảng cáo theo quy chuẩn, chủ yếu là chất liệu khung sắt, mặt tôn và bạt hiflex.



Bảng quảng cáo Cao tốc Liên Khương - Prenh, huyện Đức Trọng



Bảng quảng cáo đầu đường Nguyễn Văn Cừ - đường Trần Quốc Toàn, trong Công viên Ánh Sáng, Tp. Đà Lạt

- Bảng quảng cáo gắn, áp công trình:

Các bảng quảng cáo áp công trình chủ yếu là các bảng kích thước nhỏ, một số bảng lắp dựng lên trên nóc nhà, nội dung quảng cáo mang tính tự phát. Tuy nhiên, về thiết kế, xây dựng và chất liệu thực hiện quảng cáo chưa đảm bảo

tính chuyên nghiệp, các vị trí đặt, dựng, treo còn lộn xộn. Tại trung tâm thành phố Lâm Đồng, các cửa hàng, trung tâm thương mại ở vị trí đẹp sẵn sàng đầu tư màn hình LED để quảng cáo cho trung tâm thương mại, ngoài ra còn có các bảng quảng cáo nhỏ ứng dụng công nghệ LED dạng chữ, biểu tượng.



*Bảng quảng cáo gắn/ốp công trình đường Ba Tháng Hai, Tp. Đà Lạt
- Quảng cáo bằng màn hình điện tử:*

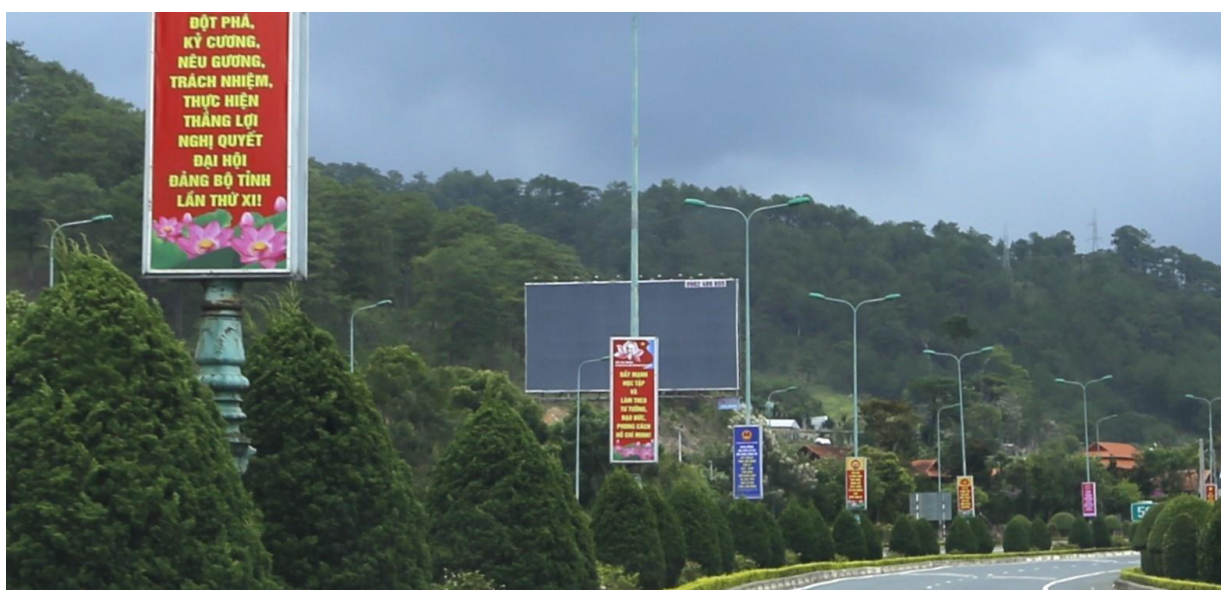


Màn hình đầu đường Trần Quốc Toàn - đường Lê Đại Hành, trong Công viên Ánh Sáng, Tp. Đà Lạt

Một số Màn hình điện tử chuyên quảng cáo được đầu tư quy mô, nằm tại trung tâm thành phố Đà Lạt hoặc gần các nút giao thông lớn, phần lớn dưới hình thức tuyên truyền kết hợp với quảng cáo, tại các huyện chưa có đầu tư màn hình chuyên quảng cáo, nguyên nhân do chi phí đầu tư và duy tu bảo dưỡng cao so với chi phí thu lại từ khai thác quảng cáo, một phần do cường độ ánh sáng lớn, nội dung động dễ gây chú ý làm ảnh hưởng tới an toàn giao thông nếu lắp dựng ở gần đường giao thông, ngoài ra các màn hình hiện đại có khả năng trình chiếu các đoạn phim quảng cáo thì lại chỉ phù hợp với các khu vực đi bộ như công viên, trung tâm thương mại, khu vui chơi công cộng...



Màn hình Quảng trường Lâm Viên, Tp. Đà Lạt



*Bảng đường Cao tốc Liên Khương - Prenn, huyện Đức Trọng
- Quảng cáo bằng băng rôn, cờ phướn, rao vặt:*

Từ năm 2015 đến nay việc tiếp nhận thông báo sản phẩm quảng cáo trên băng rôn được Ủy ban nhân dân tỉnh phân cấp về cho Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố thực hiện; trung bình mỗi năm tiếp nhận trên 300 hồ sơ/địa phương. Tuy nhiên vẫn còn tình trạng treo băng rôn, cờ phướn không có sự đồng ý của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền, nội dung băng rôn không được kiểm duyệt; một số băng rôn quảng cáo treo tại các vị trí gốc cây gây mất mỹ quan.



Băng rôn đường Hùng Vương, trường THPT Lâm Hà, huyện Lâm Hà



Băng rôn cửa hàng Winmart+ đường Thống Nhất, huyện Đức Trọng

Nhiều ngành, địa phương chưa nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm quản lý theo quy định của pháp luật. Thậm chí ở một số địa phương còn coi nhẹ công tác quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, chưa thực sự quyết liệt trong công

tác chỉ đạo, kiểm tra, xử lý vi phạm về hoạt động quảng cáo thuộc địa bàn quản lý.

Trên địa bàn tỉnh, tình hình quảng cáo rao vặt không phức tạp, tình trạng quảng cáo rao vặt trên tường nhà, gốc cây, cột điện không nhiều như các tỉnh, thành khác. Với xu hướng chuyên đổi số trên cả nước, người dân rất dễ dàng tiếp nhận các thông tin quảng cáo rao vặt ngay tại nhà thông qua các thiết bị di động, máy tính, ... nên nhu cầu tìm kiếm thông tin quảng cáo rao vặt ngoài trời sẽ ngày càng ít, do đó việc quảng cáo rao vặt ngoài trời sẽ tự biến mất với sự thành công của chuyên đổi số.

Quảng cáo treo trên cột đèn, cột điện thường do cá nhân, hộ kinh doanh nhỏ tự phát. Quảng cáo tại các dải phân cách trên địa bàn tỉnh chủ yếu là các vị trí tuyên truyền kết hợp với quảng cáo trên cột đèn.

2.4. Đánh giá công tác quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng;

Nhìn chung công tác quản lý nhà nước về hoạt động tuyên truyền trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị và quảng cáo không có mục đích sinh lợi, quảng cáo thương mại ngoài trời trên địa bàn tỉnh đã được thực hiện nghiêm túc theo đúng các quy định của Nhà nước và của tỉnh. Quy trình quản lý hoạt động quảng cáo được tiến hành đồng bộ, tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo.

Công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm được tiến hành thường xuyên, có hiệu quả. Các hoạt động tuyên truyền trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị và quảng cáo không có mục đích sinh lợi, quảng cáo thương mại ngoài trời từng bước đi vào nề nếp, các vi phạm được chấn chỉnh, nhắc nhở kịp thời.

- Thuận lợi

+ Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21/06/2012 và các văn bản hướng dẫn có hiệu lực, đặc biệt là việc Bộ Xây dựng ban hành Quy chuẩn Việt Nam QCVN17:2018/BXD Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời.

+ Quảng cáo được coi là một trong 12 ngành công nghiệp văn hóa, được Đảng và nhà nước ta quan tâm, chú trọng.

+ Chuyển đổi số giúp cho việc tiếp nhận thông báo nội dung quảng cáo và trả lời thuận tiện, nhanh chóng. Chuyển đổi số đóng vai trò tích cực đến hoạt động quảng cáo ngoài trời, đặc biệt làm giảm giá trị của quảng cáo rao vặt ngoài trời.

- Khó khăn

+ Đội ngũ cán bộ chuyên trách còn thiếu.

+ Nhận thức của các tổ chức, cá nhân tham gia thực hiện quảng cáo chưa đầy đủ; trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp coi trọng lợi nhuận mà chưa nhận thức được việc phát triển kinh tế đi đôi với bảo vệ cảnh quan môi

trường... Bên cạnh đó, việc quy hoạch phát triển quảng cáo chưa đồng bộ, cụ thể và chưa theo kịp được tốc độ phát triển kinh tế- xã hội.

+ Nguồn kinh phí hạn chế nên công tác tuyên truyền, cổ động trực quan, quảng cáo ngoài trời chưa được đầu tư, phát triển đúng tầm.

- Nguyên nhân

+ Tỉnh Lâm Đồng chưa xây dựng và phê duyệt Quy hoạch quảng cáo ngoài trời giai đoạn mới dẫn đến khó khăn trong việc xin cấp phép để đầu tư lắp dựng các công trình quảng cáo.

+ Nhiều văn bản quy phạm pháp luật chưa đáp ứng kịp với thực tiễn và sự phát triển của quảng cáo ngoài trời.

+ Chưa có tính khoa học và sự cấp thiết, thứ tự ưu tiên, kỹ thuật, mỹ thuật... để yêu cầu các cơ quan, các chủ cơ sở kinh doanh hoạt động quảng cáo tuân thủ trong quá trình thực hiện hoạt động quảng cáo.

+ Chưa có cơ chế, chính sách về xã hội hoá hoạt động tuyên truyền cổ động trực quan, quảng cáo ngoài trời nên chưa huy động được nguồn vốn của xã hội và thu hút đầu tư của khách hàng trong lĩnh vực quảng cáo.

+ Bố trí đủ cán bộ chuyên trách lĩnh vực tuyên truyền, quảng cáo chưa được quan tâm đúng mức.

2.5. Đánh giá chung thực trạng hoạt động quảng cáo ngoài trời

Trong những năm qua, việc thực hiện Quyết định số 1108/QĐ-UBND ngày 18/5/2012 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng phê duyệt đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng được triển khai đảm bảo các quy định. Hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời đã phát huy được hiệu quả, phục vụ cho công tác tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tuyên truyền, quảng cáo đã thể hiện vai trò là kênh thông tin quan trọng, truyền tải một cách kịp thời, sinh động, hiệu quả các chủ trương chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước cũng như sản phẩm của doanh nghiệp, các tổ chức xã hội đến với các tầng lớp Nhân dân.

Một số vị trí được phê duyệt trong Đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đã được đầu tư lắp dựng đáp ứng tốt nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tại địa phương. Từng bước phát huy vai trò cầu nối giữa sản xuất, kinh doanh và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ. Một số bảng quảng cáo cỡ lớn đã được đầu tư quy mô, tuy nhiên các vị trí tuyên truyền chưa được quan tâm đầu tư bài bản, quy mô.

Nhận thức của các cá nhân, tổ chức kinh doanh dịch vụ quảng cáo về việc thực hiện các quy định của pháp luật trong lĩnh vực quảng cáo được cải thiện, hạn chế những vi phạm pháp luật về hoạt động quảng cáo ngoài trời. Hình thức, nội dung tuyên truyền, quảng cáo đã phát triển theo hướng đa dạng, phong phú,

góp phần không nhỏ trong việc thực hiện nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế - xã hội.

Việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động tuyên truyền trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị và quảng cáo không nhằm mục đích sinh lợi chủ yếu phụ thuộc vào nguồn ngân sách của tỉnh nên việc đầu tư còn hạn chế, chưa tương xứng với yêu cầu nhiệm vụ tuyên truyền. Một số bảng tuyên truyền đã được đầu tư xây dựng nhưng chưa đáp ứng được yêu cầu về quy mô, chất lượng còn thấp, nhiều vị trí lắp đặt, xây dựng chưa hợp lý hoặc hiện trạng nơi đặt bảng có thay đổi dẫn đến không phát huy hết được hiệu quả về mặt thông tin tuyên truyền; có những bảng, pa nô tuyên truyền lạc hậu về mặt thông tin khi sự kiện, kỷ niệm đã qua lâu nhưng nội dung vẫn còn giữ nguyên.

Các bảng tuyên truyền trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị và quảng cáo không nhằm mục đích sinh lợi, quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh còn ít; chủ yếu tập trung tại cơ quan, khu vực UBND các cấp, quy mô nhỏ, đầu tư chưa đồng bộ.

Nhiều bảng tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời cũ, hỏng, bị che khuất, độ cao thấp, mật độ dày, kiểu dáng, kích cỡ khác nhau; nhiều bảng được xây dựng chất liệu kém, độ bền rất thấp nên nhanh bị rách, hoen gỉ; chất liệu làm quảng cáo còn thô sơ, chủ yếu vẫn là chất liệu vải bạt hoặc bảng tôn sơn, xi măng.

Bảng rôn tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời có nhiều kích cỡ khác nhau, một số bảng rôn căng treo chưa được cẩn thận gây vắn xoắn, méo mó, nhăn nhúm gây mất mỹ quan.

Việc áp dụng công nghệ hiện đại trong tuyên truyền còn hạn chế chưa tương xứng với tốc độ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tỉnh Lâm Đồng hiện đã có đầu tư một số màn hình LED nhưng công nghệ đã cũ, hình thức chưa thực sự thẩm mỹ, hiện đại. Một số công nghệ quảng cáo chưa được đầu tư như: Bảng hộp chuyển hình, bảng đèn Neon Sign, bảng nan chớp lật (Trivision), bảng LED 3D...

Một số bảng quảng cáo đã lỗi thời, xuống cấp nghiêm trọng, thiếu đầu tư về công nghệ, không bảo hành, bảo dưỡng thường xuyên nên bị rách, hoen gỉ, bạc màu, nội dung bị phai mờ, bong tróc, bị cây che gây mất mỹ quan đô thị, giảm giá trị quảng cáo, ảnh hưởng đến trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội.

3. Dự báo xu thế phát triển

3.1. Dự báo xu thế phát triển loại hình, phương tiện tuyên truyền, quảng cáo

a) Tuyên truyền

Công tác tuyên truyền, cổ động là công cụ hữu hiệu, vũ khí sắc bén trong việc phổ biến, truyền bá, tập hợp và cổ vũ, động viên toàn Đảng, toàn quân và toàn dân thực hiện thắng lợi sự nghiệp cách mạng của Đảng trong các thời kỳ khác nhau,

đặc biệt là những nhiệm vụ chính trị trong sự nghiệp đổi mới đất nước.

Khoa học công nghệ ngày càng phát triển, giá thành truyền dẫn thông tin ngày càng giảm, các thiết bị thông tin, truyền thông ngày càng phong phú, đa dạng, tích hợp nhiều ứng dụng tiện ích cho người sử dụng.

Trước đây, các hình thức tuyên truyền trực quan chủ yếu được sử dụng gồm có: Quốc kỳ, Đảng kỳ, các loại cờ trang trí; khẩu hiệu, biểu ngữ, tranh cổ động, băng rôn; các cụm cổ động ngoài trời kích thước nhỏ; tờ rơi và một số nơi có hình thức hiện đại hơn là các bảng tin điện tử công cộng kích thước nhỏ, đơn giản... Hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của báo chí, truyền hình, internet, phương tiện liên lạc thông minh (Điện thoại, ti vi...), băng rôn với diện tích hạn chế không còn có tác dụng như trước. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của mạng lưới giao thông, chất lượng các tuyến đường ngày càng cao, những con đường ngày càng rộng, do đó không còn phù hợp với các băng rôn chằng ngang đường, gây mất thẩm mỹ và tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn giao thông.

Trên các tuyến đường, khu dân cư... các phương tiện quảng cáo xuất hiện gần bên các phương tiện tuyên truyền là việc phổ biến; công tác tuyên truyền cổ động cũng được quan tâm đầu tư bằng các hình thức hiện đại không thua kém các công trình quảng cáo chuyên nghiệp. Để công tác tuyên truyền cổ động phát huy giá trị, xu hướng đầu tư các phương tiện tuyên truyền theo hướng hiện đại, thẩm mỹ bằng hoặc hơn các phương tiện quảng cáo là điều tất yếu.

b) Quảng cáo

Quảng cáo ngoài trời là một trong những kênh truyền thông phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây. Lý do chính giải thích sự phát triển bền vững này chính là bởi quảng cáo ngoài trời đã luôn không ngừng thay đổi để thích nghi với thị trường, sao cho đáp ứng được nhu cầu truyền thông của mọi doanh nghiệp.

Theo Báo cáo về những xu hướng quảng cáo ngoài trời tại 70 quốc gia của Magna và Rapport kết hợp cùng bộ phận đặt mua truyền thông ngoài trời của IPG Mediabrand, quảng cáo ngoài trời là phân khúc truyền thông duy nhất có mức tăng trưởng doanh thu quảng cáo toàn cầu ổn định, với mức tăng trung bình trên 4,1% mỗi năm trong 9 năm qua.

Dù chỉ chiếm thị phần nhỏ trong toàn ngành quảng cáo, nhưng các chuyên gia cho rằng lợi ích phát động thông tin từ kênh quảng cáo ngoài trời vẫn được tiếp tục tối ưu trong tương lai. Theo nghiên cứu từ Trung tâm Nghiên cứu quảng cáo thế giới (WARC), OOH được xem là một trong những kênh truyền thông hiệu quả nhất với chi phí rẻ nhất. Cơ sở dữ liệu chi phí truyền thông của WARC ghi nhận, chi phí trên mỗi 1000 lượt hiển thị của quảng cáo ngoài trời thường thấp hơn các phương tiện truyền thông khác.

Tại Việt Nam, những loại hình quảng cáo ngoài trời có thể kể đến bao gồm: biển, bảng tĩnh, biển LED, quảng cáo tại siêu thị, trung tâm thương mại hoặc tại các tòa nhà, tuyến đường... Đây là những công cụ truyền thông định vị thương

hiệu không thể thiếu của các doanh nghiệp. Đồng thời, quảng cáo ngoài trời còn giữ sứ mệnh quan trọng trong 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, mang nhiều ý nghĩa về kinh tế, văn hóa. Nếu thực sự quy hoạch tốt, quảng cáo ngoài trời có thể thành điểm nhấn cho thành phố về văn minh, sạch đẹp.

Theo ông Cooper, tổng giám đốc toàn cầu của Rapport, sự phát triển của công nghệ là tiền đề giúp các chuyên viên đặt mua truyền thông “nghiên cứu nhiều thông tin về khách hàng, sử dụng dữ liệu để xác định chính xác nơi ở, nơi làm việc, địa điểm vui chơi của khách hàng và phương tiện đi lại giữa các địa điểm” - từ đó đưa ra những thông điệp phù hợp với họ.

Một yếu tố khác là làn sóng đầu tư của những công ty chuyên quảng cáo ngoài trời lâu đời như JCDecaux và Clear Channel và những gương mặt mới như Google và Amazon. Bản báo cáo cũng chỉ ra rằng việc tăng sử dụng quảng cáo ngoài trời trong các chiến dịch bởi những ông lớn truyền thông “vừa là bằng chứng cho sự hiệu quả của OOH, vừa là một phần của quá trình phát triển trong tương lai khi chi tiêu marketing trong lĩnh vực công nghệ có dấu hiệu phát triển xa hơn”.

Trong khi đó, hình thức quảng cáo trên phương tiện công cộng và “street furniture” đang kết hợp rất tốt với quá trình số hóa và tạo ra lợi nhuận, tăng đóng góp doanh thu “ở hầu hết mọi nơi”.

Theo Hiệp hội quảng cáo Hà Nội, xu hướng quảng cáo sẽ được yêu thích là hình thức một cột do diện tích chân móng nhỏ, có thể lắp dựng theo dạng modul rất tiện dụng, thi công, lắp dựng nhanh, dễ dàng. Mặt bảng tuyên truyền quảng cáo càng lớn càng mang lại ấn tượng cho người xem và thể hiện được nội dung phong phú, tuy nhiên bảng càng lớn càng khó thi công và độ an toàn không cao trước thời tiết bão gió.

Quảng cáo ngoài trời di động, đặc biệt trên xe buýt, xe taxi, các bảng quảng cáo được kéo bởi xe kéo, dán trên xe tải và chúng liên tục di động. Quảng cáo di động, kỹ thuật số hoặc các hình thức quảng cáo khác có thể đưa quảng cáo tới nơi mà người xem đang có nhu cầu.

Doanh số quảng cáo ngoài trời, ứng dụng kỹ thuật số tăng trung bình 16% mỗi năm trong vòng 5 năm qua. Tại Anh và Úc, hình thức này chiếm một nửa tổng doanh số của quảng cáo ngoài trời. Hiện tại, thị trường Anh và Úc đang dẫn đầu quá trình số hóa, theo sau đó là Thái Lan với tỉ lệ sử dụng quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số chiếm 1/3 tổng lượng sử dụng quảng cáo ngoài trời.

- Quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số (Digital Out-of-home Advertising):

Quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số là một trong những hình thức quảng cáo có sự tăng trưởng một cách vô cùng mạnh mẽ trong năm vừa qua. Quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số đang dần trở thành một trong những phương tiện truyền thông nổi bật và phổ biến nhất đối với các doanh nghiệp. Khi mà công nghệ trên

thế giới đang ngày càng được nâng cao và cải tiến thì quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số sẽ có thể tiến thêm một bước rõ rệt, giúp hình thức này mang lại những hiệu quả truyền thông ấn tượng dành cho doanh nghiệp.

Với những ưu điểm mạnh mẽ như: hình ảnh chân thực, sắc nét, màu sắc sống động, độ sáng cao... quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số sẽ là giải pháp truyền thông rất phù hợp dành cho doanh nghiệp, giúp chiến dịch trở nên thu hút và hấp dẫn hơn rất nhiều. Qua đó, khách hàng sẽ dễ dàng lưu trữ hình ảnh và thông điệp quảng cáo vào sâu bên trong tâm trí bản thân.

- Quảng cáo ngoài trời đứng độc lập cỡ lớn:

Trong nhiều năm qua, bảng quảng cáo ngoài trời cỡ lớn luôn giữ được vị thế trên thị trường quảng cáo. Vì có kích thước lớn nên bảng quảng cáo sẽ dễ dàng thu hút sự chú ý của người tiêu dùng thông qua những thông điệp đơn giản, dễ dàng “đập vào mắt” và “ghi nhớ chúng”. Thông qua bảng quảng cáo tầm lớn, những ưu điểm, tính năng cũng như hình ảnh sản phẩm, thương hiệu của doanh nghiệp sẽ đến với người tiêu dùng một cách nhanh nhất.

Tuy nhiên, với sự hữu hạn của các vị trí quảng cáo “đắc địa” và sự phát triển nhanh của các nhãn hàng, việc được hiện hữu trên các bảng quảng cáo cỡ lớn ngoài trời đối với các thương hiệu nhỏ, chi phí thấp là rất khó khăn. Bảng quảng cáo cỡ lớn ngoài trời ngày càng khẳng định đẳng cấp, ghi dấu thương hiệu. Ngoài những lợi ích thu lại được từ tác dụng của quảng cáo, các thương hiệu lớn còn khẳng định đẳng cấp khi hiện hữu trên các bảng quảng cáo ngoài trời.

- Quảng cáo trên phương tiện giao thông:

Hiện nay các loại hình xe công nghệ (GrabCar, BeCar, XanhSM...) đã trở nên quen thuộc ở các thành phố lớn, với những giá trị và tiện ích mang lại, loại hình này sẽ sớm có mặt và phát triển tại tỉnh Lâm Đồng. Đây cũng chính là một trong những rất lớn cho ngành quảng cáo trên phương tiện giao thông. Với mạng lưới hoạt động được mở rộng, thông điệp quảng cáo của doanh nghiệp sẽ có cơ hội được phủ khắp mọi miền tổ quốc, nâng cao hiệu quả truyền thông một cách mạnh mẽ.

- Quảng cáo rao vặt ngoài trời:

Trước đây, do khó khăn trong việc xác minh danh tính chủ số điện thoại và khó khăn trong xử lý các số điện thoại “rác” nên tình trạng quảng cáo rao vặt tại các đô thị như việc viết, vẽ, dán “bậy” trên tường nhà, gốc cây, cột điện,... diễn ra phổ biến, gây mất mỹ quan đô thị, bức xúc trong Nhân dân.

Hiện nay, Bộ Thông tin và Truyền thông đã chỉ đạo các nhà “mạng” quản lý chặt chẽ số điện thoại, gắn định danh số điện thoại,... do đó đã hạn chế được tình trạng cuộc gọi “rác” cũng như tình trạng quảng cáo vẽ, dán trên tường nhà, cột điện; cùng với xu hướng chuyển đổi số trên cả nước, người dân rất dễ dàng tiếp nhận các thông tin quảng cáo rao vặt ngay tại nhà thông qua các thiết bị di động, máy tính, ... nên nhu cầu tìm kiếm thông tin quảng cáo rao vặt ngoài trời sẽ

ngày càng ít, do đó việc quảng cáo rao vặt ngoài trời sẽ dần biến mất với sự thành công của chuyển đổi số và quản lý chặt chẽ các số điện thoại.

- Quảng cáo dựa trên dữ liệu người dùng:

Với những cải tiến công nghệ mạnh mẽ như hiện nay thì việc áp dụng dữ liệu người dùng vào quảng cáo ngoài trời, đặc biệt là hình thức quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số là điều cực kỳ cần thiết, giúp nâng cao hiệu quả truyền thông cho chiến dịch quảng cáo. Dữ liệu giúp hình thức quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số trở nên ưu việt hơn bao giờ hết, giúp doanh nghiệp tiếp cận đối tượng mục tiêu một cách hiệu quả hơn. Quảng cáo ngoài trời kỹ thuật số ngày nay đang ngày càng thông minh và hiện đại hơn như: sở hữu công nghệ trí tuệ nhân tạo, AI, điện toán đám mây, tự động hoá... Các công nghệ này góp phần lớn giúp cho các nhà quảng cáo có thể dễ dàng cá nhân hoá việc quảng cáo, giúp doanh nghiệp có thể thay đổi, hiển thị nội dung quảng cáo với các đối tượng khách hàng thuộc nhiều phân khúc khác nhau. Cùng với đó, các nền tảng tự động hoá sẽ cho phép doanh nghiệp thay thế nội dung quảng cáo trong tích tắc mà không mất quá nhiều thời gian, công sức như trước kia. Các yếu tố sáng tạo trong lĩnh vực quảng cáo ngoài trời không chỉ dừng lại ở việc đưa ra các hình ảnh, thông điệp mang tính hài hước, gây sốc mà còn có thể là những câu chuyện thông thường trong cuộc sống, những trải nghiệm thú vị..., qua đó đưa ra những thông điệp ý nghĩa dành cho người xem.

Quảng cáo ngoài trời tương tác dự kiến sẽ là công nghệ được lựa chọn hàng đầu khi sản xuất bảng quảng cáo vì có thể tác động được vào sâu bên trong tâm trí của khách hàng và người tiêu dùng; người tiêu dùng có thể tương tác trực tiếp với chính những chiến dịch truyền thông của doanh nghiệp, từ đó tạo ra được những thay đổi những tư duy của họ về sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu của doanh nghiệp. Sự tương tác trực tiếp sẽ làm cho người tiêu dùng ấn tượng và ghi nhớ tốt hơn nhiều lần sản phẩm, dịch vụ. Khách hàng có thể trải nghiệm cùng sản phẩm qua mọi cung bậc cảm xúc, thậm chí là cầm, nắm, dùng thử sản phẩm một cách trực tiếp, từ đó hướng khách hàng để sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp.

Dù chỉ chiếm thị phần nhỏ trong toàn ngành quảng cáo nhưng Quảng cáo ngoài trời vẫn là xu hướng lựa chọn của các thương hiệu lớn. Các bảng tuyên truyền cổ động, quảng cáo thương mại tại các tuyến đường đều đã và đang phát huy giá trị và từng bước được thay thế, đầu tư các công nghệ tiên tiến, hiện đại giúp tăng cường hiệu quả tuyên truyền, quảng cáo.

3.2. Dự báo chất liệu, công nghệ sử dụng trong quảng cáo

Bạt Hiflex là loại được sử dụng thông dụng nhất trong các loại biển quảng cáo. Chúng được làm từ chất liệu nhựa (PVC), màu sắc tùy thuộc và có thể điều chỉnh khi in dễ dàng. Bạt rất bền với nắng mưa và có thể co giãn tốt, có giá thành rẻ, chất lượng bền, tái sử dụng dễ. Hiện nay trên thị trường có thương hiệu bạt 3M xuất xứ từ Mỹ được làm từ chất liệu Hiflex có khả năng xuyên thấu ánh sáng tốt bền màu và bền bỉ theo thời gian, đang được sử dụng phổ biến trong ngành quảng cáo hiện nay.

Chất liệu Aluminium, Formex cũng là chất liệu sử dụng nhiều trong thi công mặt bằng quảng cáo đòi hỏi độ cứng cao, chất liệu này cũng dễ thi công và giá thành cũng không quá cao.

Các tấm Mica (Acrylic, thủy tinh hữu cơ) có màu sắc đa dạng, độ xuyên sáng cao, nhẹ, độ bóng cao, dẻo dai... cũng là chất liệu sử dụng cho các bảng quảng cáo có yêu cầu về thẩm mỹ cao.

Với những bảng quảng cáo kích thước nhỏ, đòi hỏi tính bền vững cao chất liệu có thể sử dụng bằng kim loại như đồng, inox, tuy nhiên giá thành cao và gia công đòi hỏi máy móc, thiết bị chuyên dụng.

Áp dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại trong tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời giúp cho thông điệp năng động, bắt mắt và đảm bảo thông điệp đạt hiệu quả cao nhất. Áp dụng công nghệ kỹ thuật số, biến các bảng tuyên truyền, quảng cáo thành những máy tính cá nhân, tăng cường hiện đại hoá các quá trình thông tin và truyền thông tới các bảng tuyên truyền, quảng cáo, nhờ đó giúp cho các hình thức tuyên truyền, quảng cáo trở nên hấp dẫn và thu hút; các thông điệp tuyên truyền, quảng cáo được diễn tả sinh động, dễ hiểu và gần gũi hơn.

Áp dụng công nghệ viễn thông, truyền dẫn không dây như: các hệ thống mạng 4G, 5G, wifi... cho phép thay đổi, điều chỉnh và kiểm soát nội dung bất cứ nơi nào. Ý tưởng, nội dung được cập nhật ngay lập tức, nội dung tuyên truyền, nội dung quảng cáo có thể tùy chỉnh và cập nhật nhanh.

Chất liệu sẽ được sử dụng rộng rãi là các màn hình hiển thị LED, LCD... kỹ thuật số độ phân giải ngày càng cao, màu sắc ngày càng đẹp, độ bền ngày càng tốt hơn. Chất liệu quảng cáo này đặc biệt lý tưởng với các khu giao thông đông đúc dành cho người đi bộ, các đầu mối giao thông trong nội thành, nội thị và những khu vực cần tăng vẻ văn minh, hiện đại.

Xu hướng tuyên truyền, quảng cáo bằng máy bay không người lái (Drone) với số lượng lên đến hàng nghìn, hàng vạn chiếc được trang bị đèn LED với đường đi lập trình sẵn bằng phần mềm, tạo hình trên không trung cũng đang là xu hướng được các nhà quảng cáo áp dụng.

V. NGUYÊN TẮC, MỤC TIÊU QUY HOẠCH

1. Nguyên tắc

a) Việc lập Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời phải nhằm lập lại trật tự về thực hiện quảng cáo ngoài trời trên địa bàn toàn tỉnh; quảng cáo ngoài trời chỉ được tiến hành trên cơ sở quy hoạch đã được phê duyệt;

b) Tuân thủ các quy định của pháp luật về quảng cáo, xây dựng, giao thông và các văn bản pháp luật khác có liên quan;

c) Phù hợp với quy hoạch tổng thể kinh tế xã hội của địa phương; vị trí quy hoạch phải đảm bảo mỹ quan đô thị, an toàn giao thông và trật tự xã hội;

d) 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;

đ) 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, đường tỉnh;

g) Thực hiện có hiệu quả cơ chế xã hội hóa công tác tuyên truyền, quảng cáo và đảm bảo yếu tố cảnh quan, kiến trúc, văn minh đô thị, trật tự an toàn xã hội.

h) Ưu tiên kế thừa các vị trí tuyên truyền, quảng cáo phù hợp với quy hoạch đã có trước;

i) Đáp ứng nhu cầu tuyên truyền, xã hội hóa quảng cáo của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân;

k) Ứng dụng công nghệ, phương tiện tiên tiến trong quản lý quy hoạch.

2. Mục tiêu

2.1. Mục tiêu chung

Đề án điều chỉnh Quy hoạch Quảng cáo trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035 nhằm các mục tiêu sau:

- 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 địa phương 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 pháp lý cho công tác quản lý nhà nước, thúc đẩy xã hội hoá các hoạt động văn hoá - thông tin trên địa bàn tỉnh về lĩnh vực tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời góp phần đem lại hiệu quả về kinh tế cho ngân sách của tỉnh.

- Giữ gìn mỹ quan đô thị, đảm bảo an toàn giao thông, trật tự công cộng, bảo vệ di tích lịch sử văn hoá, danh lam thắng cảnh và bảo vệ môi trường. Phát huy thế mạnh của tỉnh trong việc quảng bá thu hút đầu tư, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và các địa phương.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Rà soát 100% các vị trí bảng tấm lớn (theo Quy hoạch năm 2012); rà soát theo các tuyến đường cao tốc, quốc lộ, đường tỉnh, đường huyện, nội thành, nội thị; các vị trí quảng cáo, tuyên truyền tấm lớn phát sinh; khảo sát đánh giá một số bảng quảng cáo rao vặt, bảng tin tại các nhà văn hóa,... đảm bảo đánh giá đúng hiện trạng quảng cáo ngoài trời.

- Điều chỉnh, bổ sung các vị trí tuyên truyền, quảng cáo đáp ứng tối đa nhu cầu thực tiễn tại địa phương.
- Khảo sát và bổ sung vị trí tại 100% các tuyến đường cao tốc, quốc lộ, đường tỉnh, đường huyện, nội thành, nội thị, các khu đô thị và khu dân cư.
- Xác định địa điểm, kiểu dáng, kích thước, chất liệu, số lượng các phương tiện quảng cáo trên đường quốc lộ, tỉnh lộ, huyện lộ; trong nội thành, nội thị.
- Dự kiến diện tích sử dụng đất cho các vị trí dựng bảng quảng cáo ngoài trời trong quy hoạch theo yêu cầu phát triển của từng giai đoạn quy hoạch;
- Đề xuất các loại hình quảng cáo ngoài trời cần ưu tiên đầu tư và nguồn lực thực hiện;
- Kế hoạch tổ chức thực hiện và dự toán kinh phí thực hiện quy hoạch;
- Đề xuất hướng xử lý đối với các bảng quảng cáo ngoài trời không phù hợp với quy hoạch.
- Số hóa dữ liệu quy hoạch, ứng dụng công nghệ thông tin định vị toàn cầu (GPS) quản lý 100% các vị trí quy hoạch

VI. NỘI DUNG QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TỈNH LÂM ĐỒNG ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035

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

1.1. Xác định các vị trí tuyên truyền

- Khu trung tâm hành chính của tỉnh, các huyện, thành phố, xã, phường, thị trấn.
- Một số điểm nút giao thông quan trọng.
- Khu trung tâm văn hoá, khu vui chơi giải trí; các khu du lịch.
- Tại các điểm ranh giới tiếp giáp hành chính của xã, phường, thị trấn, các huyện, thành phố, tỉnh;
- Gắn/ốp công trình: Cổng chào, cột điện, cột đèn, cột ăng ten trạm thu phát sóng thông tin di động BTS, nhà, hàng rào,...

1.2. Xác định vị trí tuyên truyền của các phương tiện cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội, kết hợp quảng cáo thương mại

- Vị trí phương tiện tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo... tại các tuyến đường Quốc lộ, đường tỉnh, đường huyện, đường nội thành, nội thị: Tùy nhu cầu có thể chọn lắp đặt bảng tuyên truyền, màn hình tuyên truyền, phương tiện tuyên truyền dạng chữ, hình, biểu tượng, công nghệ chiếu không gian (ba chiều hoặc nhiều chiều)...

- Các vị trí tuyên truyền kết hợp quảng cáo thương mại (Vị trí TTQC): Căn cứ các đề án xã hội hóa được cấp có thẩm quyền chấp thuận.

1.3. Bảng thống kê, mô tả vị trí, bản đồ trích lục phối cảnh vị trí điểm tuyên truyền thể hiện trên tỉ lệ 1/25.000 hoặc 1/50.000

❖ Thống kê, mô tả vị trí và tọa độ GPS: [Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng 2024](#)

❖ Bản đồ trích lục, phối cảnh vị trí: [Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng 2024](#)

Thống kê vị trí

Đơn vị hành chính	TT	TTQC	Tổng	Tuyến đường	TT	TTQC	Tổng
Đà Lạt	8	71	79	NT	56	180	236
Bảo Lộc	13	59	72	ĐH	20	33	53
Đức Trọng	10	33	43	ĐH.91	12	0	12
Lâm Hà	22	18	40	ĐT.721	20	33	53
Lạc Dương	12	69	81	ĐT.722	2	8	10
Bảo Lâm	2	49	51	ĐT.724	16	9	25
Đơn Dương	16	31	47	ĐT.725	11	56	67
Di Linh	4	65	69	ĐT.729	0	4	4
Đạ Tẻh	17	26	43	CT.14	2	3	5
Đam Rông	25	37	62	QL.20	15	67	82
Đạ Huoai	12	19	31	QL.27	10	46	56
Cát Tiên	29	37	66	QL.27C	5	26	31
Tổng	170	514	684	QL.27T	0	0	0
				QL.28	1	41	42
				QL.28B	0	2	2
				QL.55	0	6	6
				Tổng	170	514	684

Bảng 2. Thống kê các vị trí tuyên truyền

a) Vị trí phương tiện tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo: Có thể khai thác các hàng rào, tường rào, công trình có sẵn để giảm chi phí; Hạn chế chiếm dụng vỉa hè. Các cơ quan, đơn vị có nhu cầu chủ động làm việc với UBND cấp huyện để xem xét, tổng hợp, có phương án giám sát đảm bảo kiến trúc cảnh quan, an toàn giao thông.

b) Vị trí lắp dựng băng rôn tuyên truyền:

Để đáp ứng nhu cầu và không lãng phí tiền ngân sách, băng rôn tuyên truyền có thể khai thác thân cột điện, cột đèn, cột ăng ten trạm thu phát sóng thông tin di động BTS hoặc treo, đặt vào công trình có sẵn.

c) Vị trí lắp dựng Bảng quảng cáo rao vặt:

Không xây dựng mới mà chỉ khai thác các nhà chờ xe buýt, trạm bảng tin xã, phường, thị trấn hiện có.

2. Hệ thống quảng cáo thương mại

2.1. Xác định khu vực không quảng cáo và khu vực hạn chế quảng cáo

a) Khu vực không quảng cáo

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

- Trụ sở các cơ quan Đảng, Nhà nước, tổ chức chính trị, chính trị - xã hội, doanh trại quân đội, trụ sở công an, khu vực trọng yếu về quốc phòng - an ninh, trụ sở của các tổ chức quốc tế, cơ quan đại diện nước ngoài.

- Khu vực an toàn lưới điện, an toàn phòng cháy chữa cháy, hành lang an toàn đô thị.

- Khu vực cầu, đường bộ: vị trí che tầm nhìn của người tham gia giao thông, che khuất biển báo hiệu, đèn tín hiệu giao thông; phạm vi đường cong bằng, đường cong đứng, đường dốc gây cản trở tầm nhìn; tại nơi đường giao nhau cùng mức; làm giảm sự chú ý, gây nhầm lẫn nội dung biển báo hiệu hoặc gây cản trở người tham gia giao thông.

b) Khu vực hạn chế quảng cáo: Đường Nguyễn Viết Xuân, đường Lê Hồng Phong (từ đường Pasteur đến đường Nguyễn Viết Xuân), đường Pasteur (từ đường Lê Hồng Phong đến đường Nguyễn Viết Xuân), đường Triệu Việt Vương (200 m từ ngã ba Lê Hồng Phong - Triệu Việt Vương - Pasteur) .

2.2. Quy định cho các phương tiện quảng cáo

❖ Thống kê, mô tả vị trí và tọa độ GPS: [Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng 2024](#)

Bản đồ trích lục, phối cảnh vị trí: [Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng 2024](#)

2.2.1. Bảng quảng cáo đứng độc lập

2.2.1.1. Nội dung, kiểu dáng, chất liệu công nghệ, số lượng, nguồn vốn, đơn vị chủ quản

- Nội dung: Quảng cáo thương mại. Có thể sử dụng tuyên truyền nhiệm vụ chính trị khi cơ quan nhà nước có yêu cầu.

- Kiểu dáng: Một trụ cột hoặc hai trụ cột; một mặt, hoặc nhiều mặt hoặc dạng tròn.

- Chất liệu - công nghệ: Sắt, inox, bê tông, mặt bạt, nhôm, LED, hộp đèn hoặc các chất liệu khác nhưng phải đảm bảo yếu tố kỹ thuật theo các quy định của pháp luật có liên quan. Có hoặc không có hệ thống đèn chiếu sáng. Có thể sử dụng công nghệ kỹ thuật số hoặc chiếu không gian và/hoặc các công nghệ tiên tiến, ưu việt hơn.

- Số lượng:

Thống kê vị trí

Đơn vị hành chính	QC	Tổng	Tuyến đường	QC	Tổng
Đà Lạt	30	30	NT	48	48
Bảo Lộc	9	9	ĐH	1	1
Đức Trọng	19	19	ĐT.721	1	1
Lâm Hà	10	10	ĐT.722	3	3
Lạc Dương	7	7	ĐT.724	1	1
Bảo Lâm	2	2	ĐT.725	5	5
Đơn Dương	2	2	CT.14	5	5
Di Linh	1	1	QL.20	21	21
Đạ Tẻh	3	3	QL.27	4	4
Đam Rông	3	3	QL.27C	2	2
Đạ Huoai	6	6	QL.27T	1	1
Cát Tiên	1	1	QL.28	1	1
Tổng	93	93	Tổng	93	93

Bảng 3. Thống kê vị trí quảng cáo

- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được phép của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền.

2.2.1.2. Vị trí, kích thước, diện tích đất sử dụng

2.2.1.2.1. Tuyến đường ngoài đô thị

* Khoảng cách an toàn đối với cầu:

Theo chiều dọc cầu tính từ đuôi mố cầu ra mỗi bên: 50m đối với cầu có chiều dài từ 60m trở lên; 30m đối với cầu có chiều dài dưới 60m.

Theo chiều ngang cầu tính từ mép ngoài cùng đất của đường bộ trở ra mỗi phía: 150m đối với cầu có chiều dài lớn hơn 300m; 100m đối với cầu có chiều dài từ 60m đến 300m; 50m đối với cầu có chiều dài từ 20m đến dưới 60m; 20m đối với cầu có chiều dài nhỏ hơn 20m.

* Vị trí: Chi tiết trong Danh sách vị trí quy hoạch: QHQC tỉnh Lâm Đồng

- Quốc lộ:

+ Vị trí: Khoảng cách từ mép đất của đường bộ đến cạnh gần đường nhất của bảng tối thiểu bằng 1,3 lần chiều cao của bảng, tối thiểu 25m. Khoảng cách tối thiểu giữa hai bảng liền kề trên đoạn đường thẳng là 150m, trên đoạn đường cong là 100m. Nếu vị trí đặt bảng gần lưới điện Quốc gia thì vị trí đặt bảng phải cách pha ngoài cùng của lưới điện tối thiểu bằng 1,3 lần chiều cao của bảng. Tùy tình hình thực tiễn thi công mà các vị trí trong quy hoạch có thể thay đổi trong phạm vi $\pm 100m$. Trong trường hợp có sự thay đổi hiện trạng khu vực vị trí quy hoạch, cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền cho phép điều chỉnh phù hợp

với thực tế.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng tối đa 200 m²/mặt. Chiều cao tối thiểu từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của bảng 15m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 30\text{m}^2$

- Đường tỉnh:

+ Vị trí: Khoảng cách từ mép đất của đường bộ đến cạnh gần đường nhất của bảng tối thiểu bằng 1,3 lần chiều cao của bảng, tối thiểu 20m. Khoảng cách tối thiểu giữa hai bảng liền kề trên đoạn đường thẳng là 150m, trên đoạn đường cong là 100m. Nếu vị trí đặt bảng gần lưới điện Quốc gia thì vị trí đặt bảng phải cách pha ngoài cùng của lưới điện tối thiểu bằng 1,3 lần chiều cao của bảng. Tùy tình hình thực tiễn thi công mà các vị trí trong quy hoạch có thể thay đổi trong phạm vi $\pm 80\text{m}$. Trong trường hợp có sự thay đổi hiện trạng khu vực vị trí quy hoạch, cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền cho phép điều chỉnh phù hợp với thực tế.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng tối đa 120 m²/mặt. Chiều cao từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của bảng tối thiểu 13m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 20\text{ m}^2$

- Đường huyện:

+ Vị trí: Khoảng cách từ mép đất của đường bộ đến cạnh gần đường nhất của bảng tối thiểu bằng 1,3 lần chiều cao của bảng, tối thiểu 15m. Khoảng cách tối thiểu giữa hai bảng liền kề trên đoạn đường thẳng là 100m, trên đoạn đường cong là 75m. Nếu vị trí đặt bảng gần lưới điện Quốc gia thì vị trí đặt bảng phải cách pha ngoài cùng của lưới điện tối thiểu bằng 1,3 lần chiều cao của bảng. Tùy tình hình thực tiễn thi công mà các vị trí trong quy hoạch có thể thay đổi trong phạm vi $\pm 50\text{m}$. Trong trường hợp có sự thay đổi hiện trạng khu vực vị trí quy hoạch, cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền cho phép điều chỉnh phù hợp với thực tế.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng tối đa 100 m²/mặt. Chiều cao từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của bảng tối thiểu 8m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 20\text{m}^2$

2.2.1.2.2. Tuyến đường trong đô thị:

* Khoảng cách an toàn đối với cầu:

Theo chiều dọc cầu tính từ đuôi mố cầu ra mỗi bên: 50m đối với cầu có

chiều dài từ 60m trở lên; 30m đối với cầu có chiều dài dưới 60m.

Theo chiều ngang cầu, đối với phần cầu chạy trên cạn kể cả phần cầu chạy trên phần đất không ngập nước thường xuyên và các cầu bắc qua sông, kênh, rạch không có hoạt động vận tải đường thủy được tính từ mép ngoài lan can ngoài cùng của cầu ra mỗi bên 07m; Phần cầu còn lại tính từ mép ngoài cùng đất của đường bộ trở ra mỗi phía: 150m đối với cầu có chiều dài lớn hơn 300 mét; 100 mét đối với cầu có chiều dài từ 60m đến 300m; 50m đối với cầu có chiều dài từ 20m đến dưới 60m; 20m đối với cầu có chiều dài nhỏ hơn 20m.

Tại các nút giao thông đô thị, các cầu vượt, cầu dành cho người đi bộ qua đường theo thiết kế được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

* Vị trí chi tiết trong Danh sách vị trí quy hoạch: QHQC tỉnh Lâm Đồng

(Tùy tình hình thực tiễn thi công mà các vị trí trong quy hoạch có thể thay đổi trong phạm vi $\pm 30m$. Trong trường hợp có sự thay đổi hiện trạng khu vực vị trí quy hoạch, cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền cho phép điều chỉnh phù hợp với thực tế).

- Đường dành cho phương tiện giao thông (Đường dành cho xe cơ giới, xe thô sơ):

+ Kích thước: Diện tích mặt bằng không quá $200 m^2/m^2$. Chiều cao từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của bảng tối thiểu 5m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 30m^2$

- Đường dành cho người đi bộ

+ Vị trí: Bảng quảng cáo phải được bố trí bên ngoài phần đường dành cho người đi bộ. Cạnh dưới cách mặt đất không lớn hơn 0,6m, độ nhô tối đa là 0,1m và chiều cao thông thủy trên lối đi là 2m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Kích thước: Diện tích mặt bằng $\leq 60 m^2/m^2$. Chiều cao từ điểm cao nhất của mặt đường đi bộ tới mép dưới của bảng tối thiểu 2m.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 20 m^2$

2.2.1.2.3. Tuyến đường thủy nội địa:

Vị trí: Chỉ được xây dựng, lắp đặt tại khu vực có kè ốp bờ, không được che khuất báo hiệu, tầm nhìn của người điều khiển phương tiện đường thủy. Khoảng cách tối thiểu từ đỉnh kè đến cạnh gần nhất của bảng quảng cáo (về phía bờ) là 10m. Các vị trí này phải có sự phù hợp với việc quy hoạch và sử dụng đất, quy hoạch đô thị đã được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

- Đường thủy ngoài đô thị:

+ Kích thước: Diện tích mặt bằng $\leq 200 m^2/m^2$. Chiều cao từ điểm cao

nhất của mặt đường tới mép dưới của bảng tối thiểu 8m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 30 \text{ m}^2$

- Đường thủy trong đô thị:

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng $< 40 \text{ m}^2/\text{mặt}$. Chiều cao tối đa 10m và tối thiểu 5m tính từ điểm cao nhất của mặt đường tới mép dưới của bảng. Vị trí lắp dựng sẽ do các đơn vị có nhu cầu lắp dựng xin thỏa thuận vị trí và gửi thông báo nội dung quảng cáo theo quy định.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 12 \text{ m}^2$

2.2.1.2.4. Tại khu trung tâm thương mại, siêu thị, chợ...

+ Vị trí: Trong khuôn viên của cơ sở. Vị trí lắp dựng sẽ do các đơn vị có nhu cầu lắp dựng xin thỏa thuận vị trí và gửi thông báo nội dung quảng cáo theo quy định.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng $< 40 \text{ m}^2/\text{mặt}$. Chiều cao tối đa 10m và tối thiểu 5m tính từ điểm cao nhất của mặt đường tới mép dưới của bảng.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 12 \text{ m}^2$

2.2.1.2.5. Trong các khu trung tâm văn hóa, thể thao, công viên:

+ Vị trí: Đặt ở các vị trí ít ảnh hưởng nhất đến cảnh quan, ít gây trở ngại đến hoạt động của công viên.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng $< 40 \text{ m}^2/\text{mặt}$. Chiều cao tối đa 10 m và tối thiểu 5 m tính từ điểm cao nhất của mặt đường tới mép dưới của bảng. Vị trí lắp dựng sẽ do các đơn vị có nhu cầu lắp dựng xin thỏa thuận vị trí và gửi thông báo nội dung quảng cáo theo quy định.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 12 \text{ m}^2$

2.2.1.2.6. Trong khuôn viên các bến xe, bến tàu, nhà ga, cảng hàng không, bãi đỗ xe, trạm dừng nghỉ, sân thể thao...

+ Vị trí: Đặt ở các vị trí ít ảnh hưởng nhất đến cảnh quan, ít gây trở ngại đến hoạt động khu vực. Không gây ảnh hưởng đến tầm nhìn giao thông tại khu vực, không gây cản trở không lưu khu vực cảng hàng không.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng $\leq 120 \text{ m}^2/\text{mặt}$. Chiều cao từ điểm cao nhất của mặt đường tới mép dưới của bảng tối thiểu 5m. Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 20 \text{ m}^2$

2.2.1.2.7. Trong khuôn viên các khu công nghiệp; sân gôn; đất dự án; khu, điểm du lịch; khu đất đang được cấp quyền sử dụng cho cá nhân, tổ chức.

- Kích thước:

+ Đối với vị trí dọc theo hai bên tuyến đường giao thông, quy cách của bảng quảng cáo thực hiện theo quy định như với Tuyến đường ngoài đô thị và Tuyến đường trong đô thị.

+ Đối với các vị trí khác, tổ chức, cá nhân chủ quản chủ động xác định quy cách đảm bảo an toàn, thẩm mỹ.

Các cơ quan quản lý Nhà nước căn cứ điều kiện thực tế tại các khu vực của tỉnh để cấp phép đảm bảo an toàn, hiệu quả.

+ Diện tích đất sử dụng phần móng của bảng quảng cáo: $\leq 30 \text{ m}^2$

2.2.2. Bảng quảng cáo gắn/ốp vào công trình

Bảng quảng cáo gắn/ốp cố định vào các công trình phải đảm bảo các quy định an toàn về phòng cháy chữa cháy, thoát nạn, cứu hộ cứu nạn; không làm ảnh hưởng đến khả năng chịu lực, kết cấu của công trình; phải liên kết cố định, chắc chắn với công trình. Phải khảo sát, tính toán đảm bảo khả năng chịu lực của công trình.

Vị trí: Tại mặt trước, mặt bên, mặt sau các công trình như: nhà, xưởng, nhà chờ xe buýt, trạm rút tiền (ATM)...

- Mặt trước hoặc mặt sau: Mỗi tầng được đặt 01 (một) bảng quảng cáo ngang và 01 (một) bảng quảng cáo dọc liền kề biển hiệu (nếu có); Trường hợp không có biển hiệu cũng chỉ được đặt 01 (một) bảng quảng cáo ngang và 01 (một) bảng quảng cáo dọc:

+ Đối với bảng quảng cáo ngang: nhô ra khỏi mặt ngoài công trình tối đa 0,2 m với chiều cao tối đa 2 m, chiều ngang không được 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 1 m, chiều cao tối đa 4 m nhưng không vượt quá chiều cao của tầng công trình nơi đặt bảng quảng cáo.

- Mặt bên: Diện tích bảng quảng cáo chỉ cho phép 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.

+ Số lượng: Chủ sở hữu công trình hoặc người được ủy quyền có nhu cầu chủ động đăng ký số lượng và làm việc với UBND cấp huyện để có phương án đảm bảo kiến trúc cảnh quan.

+ Đối với công trình có chiều cao đến 4 tầng, chiều cao của bảng quảng cáo không được nhô lên quá sànmái 1,5 m.

+ Đối với công trình có chiều cao từ 5 tầng trở lên, toàn bộ diện tích bảng quảng cáo không vượt quá giới hạn diện tích mặt bên công trình.

- Hàng rào/tường rào: Chiều cao bảng quảng cáo không vượt quá chiều cao hàng rào/tường rào.

- Tại các nhà chờ xe buýt: Chỉ được thực hiện quảng cáo theo đúng Đề án xã hội hóa lắp dựng nhà chờ xe buýt được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

- Tại các trạm rút tiền tự động của ngân hàng (ATM):

+ Quảng cáo tại các trạm ATM đứng độc lập: Thực hiện như với công trình có chiều cao đến 4 tầng.

+ Quảng cáo tại các trạm ATM gắn vào công trình có sẵn: Thực hiện như Bảng quảng cáo gắn vào công trình.

- Đối với các bảng quảng cáo gần, xung quanh khu vực bảo vệ di tích, công trình văn hóa, tín ngưỡng, tôn giáo... các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền căn cứ điều kiện thực tế để cấp phép đảm bảo bản sắc văn hóa, thuận phong mỹ tục, an toàn, hiệu quả.

2.2.3. Bảng rôn

2.2.3.1. Bảng rôn ngang

- Vị trí: Không được chằng ngang qua đường giao thông. Có thể treo trên cột độc lập do tổ chức hoặc cá nhân đầu tư hoặc treo vào công trình có sẵn. Trường hợp treo vào công trình có sẵn thực hiện như với Bảng quảng cáo gắn, ốp vào công trình.

- Kích thước: Chiều rộng, chiều dài phải phù hợp với điều kiện thực tế của khu vực dự kiến treo, đảm bảo an toàn giao thông, an toàn cho người đi bộ, người khuyết tật và thẩm mỹ; Chiều cao từ điểm cao nhất của mặt đường tới mép dưới của bảng rôn $\geq 2\text{m}$.

- Khoảng cách giữa các bảng rôn: Tùy tình hình thực tế của địa phương.

- Chất liệu: Vải/bạt in phun kỹ thuật số.

- Diện tích đất sử dụng phần móng của cột treo: $\leq 2 \text{ m}^2$

- Thời gian treo: Theo quy định của nhà nước.

- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

2.2.3.2. Bảng rôn dọc (phươn)

- Vị trí: Có thể treo trên cột độc lập do tổ chức hoặc cá nhân đầu tư hoặc treo vào công trình có sẵn. Trường hợp treo vào công trình có sẵn thực hiện như với Bảng quảng cáo gắn, áp vào công trình.

- Kích thước: Chiều rộng, chiều dài phải phù hợp với điều kiện thực tế của khu vực dự kiến treo, đảm bảo an toàn giao thông, an toàn cho người đi bộ, người khuyết tật và thẩm mỹ;

- Khoảng cách giữa các bảng rôn: Tùy tình hình thực tế của địa phương.

- Chất liệu: Vải/bạt in phun kỹ thuật số.

- Diện tích đất sử dụng phần móng của cột treo: $\leq 2 \text{ m}^2$
- Thời gian treo: Theo quy định của nhà nước.
- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

2.2.4. Phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng

- Vị trí: Tất cả các vị trí quy hoạch quảng cáo ngoài trời đều có thể lắp đặt loại hình này. Có thể đứng độc lập hoặc treo/gắn/ốp vào công trình. Trường hợp treo/gắn/ốp cố định vào các công trình phải đảm bảo các quy định an toàn về phòng cháy chữa cháy, thoát nạn, cứu hộ cứu nạn; không làm ảnh hưởng đến khả năng chịu lực, kết cấu của công trình; phải liên kết cố định, chắc chắn với công trình. Phải khảo sát, tính toán đảm bảo khả năng chịu lực của công trình.

- Nội dung: Quảng cáo thương mại.
- Kích thước, chiều cao... áp dụng như với Bảng quảng cáo. Đảm bảo an toàn giao thông, an toàn cho người đi bộ, người khuyết tật và thẩm mỹ. (Cách tính diện tích quy đổi các phương tiện quảng cáo dạng chữ/hình/biểu tượng theo Phụ lục B ban hành theo Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018 của Bộ Xây dựng ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời).
- Chất liệu: Các chất liệu đảm bảo yếu tố kỹ thuật theo quy định của Luật Xây dựng.
- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

2.2.5. Màn hình chuyên quảng cáo

- Vị trí: Có thể lắp đặt màn hình LED, LCD và các hình thức tương tự tại các vị trí quy hoạch quảng cáo hoặc gắn/ốp công trình nhưng không được có âm thanh.
- Nội dung: Quảng cáo thương mại. Có thể sử dụng tuyên truyền theo đặt hàng.
- Kích thước: Theo quy định kích thước như với các vị trí quy hoạch bảng quảng cáo đứng độc lập hoặc gắn/ốp vào công trình. Đối với màn hình chuyên quảng cáo đặt ngoài trời đứng độc lập có chiều cao tối thiểu tính từ điểm cao nhất của mặt đường đến cạnh dưới của màn hình là 5m.
- Chất liệu: Màn hình LED (LigHIện trạng Emitting Diode - Đi-ốt phát sáng), LCD (Liquid crystal display - Màn hình tinh thể lỏng) và các hình thức tương tự
- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

2.2.6. Phương tiện quảng cáo bằng công nghệ chiếu không gian (ba chiều hoặc nhiều chiều) (Hologram)

- Vị trí: Tất cả các vị trí quy hoạch quảng cáo ngoài trời đều có thể lắp đặt loại hình này. Có thể đứng độc lập hoặc treo/gắn/ốp vào công trình. Trường hợp treo/gắn/ốp cố định vào các công trình phải đảm bảo các quy định an toàn về phòng cháy chữa cháy, thoát nạn, cứu hộ cứu nạn; không làm ảnh hưởng đến khả năng chịu lực, kết cấu của công trình; phải liên kết cố định, chắc chắn với công trình. Phải khảo sát, tính toán đảm bảo khả năng chịu lực của công trình.

- Nội dung: Quảng cáo thương mại.

- Kích thước, chiều cao diện tích hiển thị áp dụng như với Bảng quảng cáo. Đảm bảo an toàn giao thông, an toàn cho người đi bộ, người khuyết tật, an toàn bay và thẩm mỹ.

- Chất liệu: Máy chiếu hologram, khung giá bằng sắt, inox, bê tông, nhôm, hộp đèn hoặc các chất liệu khác nhưng phải đảm bảo yếu tố kỹ thuật theo quy định của Luật Xây dựng.

- Hình thức chiếu: Chiếu vào không gian hoặc tấm nền trong suốt theo công nghệ sản xuất.

- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

2.2.7. Quảng cáo trên các phương tiện giao thông

- Vị trí: Không được thể hiện sản phẩm quảng cáo ở mặt trước, mặt sau và trên nóc của phương tiện giao thông.

- Nội dung: Quảng cáo thương mại.

- Diện tích: Không được vượt quá 50% diện tích mỗi mặt được phép quảng cáo của phương tiện giao thông.

- Phương tiện: Phương tiện giao thông đường bộ (Xe ô tô, xe gắn máy...) phương tiện giao thông đường thủy (Tàu, thuyền, ...).

- Đơn vị chủ quản: Các cơ quan, đơn vị, cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

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

- Vị trí: Biển hiệu treo/gắn/ốp sát cổng hoặc mặt trước của trụ sở hoặc nơi kinh doanh của tổ chức, cá nhân; không được che chắn không gian thoát hiểm, cứu hỏa; không được lấn ra vỉa hè, lòng đường, ảnh hưởng đến giao thông công cộng. Trường hợp 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 4,25 m.

- Số lượng, kiểu dáng: 01 (một) biển hiệu ngang hoặc biển hiệu dọc; bảo đảm mỹ quan đô thị, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội.

+ Biển hiệu ngang: Chiều cao tối đa là 2m, chiều dài không vượt quá chiều ngang mặt tiền nhà.

+ Biển hiệu dọc: Chiều ngang tối đa là 1m, chiều cao tối đa là 4m nhưng không vượt quá chiều cao của tầng nhà nơi đặt biển hiệu.

- Biển hiệu có diện tích một mặt trên 20m² kết cấu khung kim loại hoặc vật liệu xây dựng tương tự gắn vào công trình xây dựng có sẵn phải có giấy phép xây dựng theo quy định tại Điều 31 Luật Quảng cáo.

- Biển hiệu thực hiện dạng chữ gắn trực tiếp lên tường công trình, nhà ở được thực hiện tổng chiều cao các chữ tối đa 2m, chiều ngang các chữ không vượt quá giới hạn kết cấu tường có thể gắn chữ; đảm bảo mỹ quan và phù hợp với kiến trúc công trình.

- Kích thước: Đối với biển hiệu ngang thì chiều cao tối đa là 02 mét (m), chiều dài không vượt quá chiều ngang mặt tiền nhà; Đối với biển hiệu dọc thì chiều ngang tối đa là 01 mét (m), chiều cao tối đa là 04 mét (m) nhưng không vượt quá chiều cao của tầng nhà nơi đặt biển hiệu.

- Nội dung biển hiệu: 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. Việc thể hiện chữ viết trên biển hiệu phải tuân thủ theo quy định tại Điều 18 Luật Quảng cáo năm 2012.

VII. DỰ KIẾN, ĐỀ XUẤT

1. Dự kiến diện tích sử dụng đất cho xác định vị trí quy hoạch phục vụ nhiệm vụ tuyên truyền, cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội, kết hợp quảng cáo thương mại, quảng cáo thương mại trong quy hoạch là 14.104 m², tùy thuộc nhu cầu lắp dựng quảng cáo của các cơ quan, đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân thực hiện trong giai đoạn 1 và giai đoạn 2.

2. Ưu tiên các loại hình quảng cáo ngoài trời ứng dụng công nghệ màn hình LED, màn hình 3D... truyền dẫn dữ liệu, điều khiển không dây, sử dụng năng lượng tái tạo... do các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân đầu tư.

3. Các dự án ưu tiên đầu tư và nguồn lực thực hiện

- Ưu tiên thực hiện các dự án lắp dựng một số bảng tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo tại một số vị trí có “giá trị”.

Đơn vị tính: Tỷ đồng

STT	Tên dự án	Quy mô và nội dung	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện	Tổng vốn
1	Tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn triển khai quy hoạch	Tổ chức tuyên truyền, tập huấn, hướng dẫn các tổ chức, cá nhân hoạt động quảng cáo trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương, đơn vị, cá nhân liên quan	2025	0,123

2	Xúc tiến thương mại quảng cáo Lâm Đồng	Tổ chức giới thiệu, kêu gọi đầu tư thực hiện quảng cáo, xã hội hóa với các đối tác trên toàn quốc	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương, doanh nghiệp, cá nhân hoạt động quảng cáo	2025	0,273
3	Dự án lắp dựng một số bảng truyền kết hợp quảng cáo	Lắp đặt hệ thống màn hình LED (kết hợp giữa truyền cổ động và quảng cáo thương mại) từ nguồn xã hội hóa	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương	2025 - 2026	51,640
Tổng kinh phí ưu tiên đầu tư						52,036

Bảng 4. Các dự án ưu tiên đầu tư

- Vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng màn hình LED, nguồn vốn từ Ngân sách nhà nước.

STT	KÝ HIỆU	MÔ TẢ VỊ TRÍ	DIỆN TÍCH ĐẤT SỬ DỤNG (M ²)	SỐ LƯỢNG
1	LH06TT	NT, Màn hình LED khu hành chính huyện Lâm Hà	12	1

Bảng 5. Vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng màn hình LED tuyên truyền

- Vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng màn hình LED tuyên truyền kết hợp quảng cáo, nguồn vốn xã hội hóa.

STT	KÝ HIỆU	MÔ TẢ VỊ TRÍ	DIỆN TÍCH ĐẤT SỬ DỤNG (M ²)	SỐ LƯỢNG
1	ĐL10TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa đảo giao thông ngã tư đường Hùng Vương - Khe Sanh	16	1
2	ĐL16TTQC	NT, Màn hình LED tròn Đảo giao thông đường Trần Quốc Toàn - đường Sương Nguyệt Ánh	12	1
3	ĐL17TTQC	NT, Màn hình LED tròn Đảo giao thông Vòng xoay Trần Quốc Toàn (giao đường Trần Quốc Toàn - đường Nguyễn Tử Lực)	12	1

4	ĐL21TTQC	NT, Màn hình LED tròn đảo giao thông ngã ba đường Hùng Vương - đường Huỳnh Tân Phát	16	1
5	ĐL26TTQC	NT, Màn hình LED dải phân cách đường Trần Quốc Toản, đoạn nối đường Bùi Thị Xuân - đường Đinh Tiên Hoàng	1	2
6	ĐL27TTQC	NT, Màn hình LED dải phân cách đường Yersin, đoạn từ đường Trần Quốc Toản - đường Nguyễn Trãi	1	6
7	ĐL28TTQC	NT, Màn hình LED dải phân cách đường Hồ Tùng Mậu, đoạn từ đường Trần Quốc Toản - đường Trần Hưng Đạo (480m)	1	5
8	ĐL29TTQC	NT, Màn hình LED dải phân cách đường 3 Tháng 4, đoạn từ đường Đèo Prenn đến đường Trần Hưng Đạo	1	9
9	ĐL72QC	NT, Màn hình LED quảng trường Lâm Viên, giao đường Trần Quốc Toản - đường Bà Huyện Thanh Quan	12	1
10	ĐL73QC	NT, Màn hình LED quảng trường Lâm Viên	12	1
11	ĐL81QC	NT, Màn hình LED, bên trái cổng vào Công viên giải trí Đà Lạt, đường Mai Anh Đào	12	1
12	ĐL82QC	NT, Màn hình LED, bên phải cổng vào Công viên giải trí Đà Lạt, đường Mai Anh Đào	12	1
13	BL11TTQC	NT, Màn hình LED ngã ba đường Hoàng Văn Thụ - Phan Đình Giót, UBND Phường 1	12	1
14	BL14TTQC	NT, Màn hình LED tròn ngã năm giao đường Hoàng Văn Thụ - Lê Ngọc Hân	12	1
15	BL16TTQC	NT, Màn hình LED tròn Quảng trường 28 Tháng 4	12	2
16	BL17TTQC	NT, Màn hình LED đường Lê Ngọc Hân, góc Tây Bắc Trung tâm Văn hóa Thể thao Bảo Lộc	12	1
17	BL20TTQC	NT, Màn hình LED Ngã tư đường Tuệ Tĩnh - Phạm Ngọc Thạch - Lê Ngọc Hân, góc Đông Bắc Trung tâm Văn hóa Thể thao Bảo Lộc	12	1
18	BL23TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa Đảo giao thông ngã ba giao đường Hồng Bàng - Đinh Tiên Hoàng	12	1
19	BL24TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa Đảo giao thông ngã năm giao đường Quang Trung - Phạm Ngũ Lão	12	1
20	BL26TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa Đảo giao thông ngã tư giao đường Nguyễn Công Trứ - Lý Tự Trọng	12	1
21	BL27TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa Đảo giao thông ngã tư giao đường Nguyễn Công Trứ - Hồ Tùng Mậu	12	1
22	BL32TTQC	NT, Màn hình LED tròn đảo giao thông ngã ba đường Nguyễn Văn Cừ - Yết Kiêu	16	1
23	BL37TTQC	NT, Màn hình LED 4 mặt ngã tư Huỳnh Thúc Kháng - Phan Đình Phùng	9	1

24	ĐT12TTQC	NT, Màn hình LED dải phân cách đường Hùng Vương	1	5
25	ĐT14TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa đảo giao thông Vòng xoay Liên Khương (CT.14-QL.20)	12	1
26	ĐT25TTQC	QL.20, Màn hình LED ngã ba QL20 - QL.28B (đường Lương Sơn - Đại Ninh) (cần làm tiêu đảo giao thông)	30	1
27	LH18TTQC	NT, Màn hình LED, Công viên số 2 Khu dân cư mới huyện Lâm Hà	12	1
28	LD37TTQC	QL.27C, Màn hình LED, phía trước UBND xã Đa Nhim	30	1
29	ĐD19TTQC	ĐH, Màn hình LED trên vỉa hè đầu ngã ba UBND xã Ka Đô, góc Đông	9	1
30	ĐD20TTQC	ĐH, Màn hình LED ngã ba Trạm y tế xã Quảng Lập, góc Đông Nam	9	1
31	ĐD21TTQC	ĐH, Màn hình LED, ngã ba Bưu điện xã Tu Tra, góc Nam	9	1
32	ĐD24TTQC	ĐH, Màn hình LED Công viên 2 Tháng 4	9	1
33	ĐD41TTQC	QL.27, Màn hình LED ngã ba giao QL.20, hướng 8h30, sát trong hàng rào Đài Liệt sỹ	9	1
34	DL05TTQC	NT, Màn hình LED ngã tư giao đường Hùng Vương - Lý Thường Kiệt - Trần Hưng Đạo, góc Tây Nam - Nam	16	1
35	DL07TTQC	NT, Màn hình LED, Công viên ngã ba đường Hùng Vương - Nguyễn Tri Phương	16	1
36	ĐTe36TTQC	ĐT.725, Màn hình LED tròn Công viên Hà Đông, xã Mỹ Đức	16	1
37	ĐTe40TTQC	NT, Màn hình LED Quảng trường thị trấn Đa Tềh, Đường 30 Tháng 4 (ĐT.725)	16	1
38	ĐR27TTQC	NT, Màn hình LED tròn giữa Công viên Trung tâm	16	1
39	ĐH20TTQC	NT, Màn hình LED ngã ba đường Điện Biên Phủ - đường Phạm Ngọc Thạch	9	1
40	ĐH21TTQC	NT, Màn hình LED trung tâm văn hóa huyện Đa Huoai	9	1
41	ĐH22TTQC	NT, Màn hình LED Sân vận động huyện Đa Huoai, cạnh cổng chính	9	1
42	ĐH23TTQC	NT, Màn hình LED tròn quảng trường huyện Đa Huoai	9	1
43	CT25TTQC	NT, Màn hình LED quảng trường Phạm Văn Đồng, gần cạnh phía Đông, phía trước Nhà văn hóa huyện Cát Tiên	12	1
44	CT29TTQC	NT, Màn hình LED tròn đảo giao thông ngã năm đường Đinh Tiên Hoàng - Phạm Văn Đồng	9	1

45	CT31TTQC	NT, Màn hình LED tròn đảo giao thông ngã ba thị trấn Phước Cát (Vòng xoay Phước Cát). ĐT.721	9	1
46	CT55TTQC	ĐT.721, Màn hình LED tròn đảo giao thông ngã ba UBND xã Quảng Ngãi, gần giáp ranh Đồng Nai	9	1
TỔNG			526m²	69

Bảng 6. Các vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng màn hình LED tuyên truyền kết hợp quảng cáo

VIII. KẾ HOẠCH TỔ CHỨC THỰC HIỆN VÀ DỰ TOÁN KINH PHÍ

1. Kế hoạch tổ chức thực hiện

Để thực hiện Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035 đạt hiệu quả cao và đảm bảo các mục tiêu, nhiệm vụ đề ra. Phân kỳ thực hiện quy hoạch, cụ thể như sau:

a) Giai đoạn 1: Khắc phục hiện trạng (từ khi Quy hoạch được phê duyệt đến năm 2025)

- Công bố quy hoạch: Quy hoạch được công bố trong 30 ngày kể từ ngày Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

- Tuyên truyền phổ biến, hướng dẫn triển khai quy hoạch.

- Rà soát, sắp xếp lại những vị trí tuyên truyền, quảng cáo không phù hợp với quy hoạch.

- Xây dựng phương án duy tu bảo dưỡng các bảng tuyên truyền đang sử dụng đạt yêu cầu mỹ quan, an toàn; tháo dỡ, di dời với các bảng xuống cấp, hư hỏng làm mất mỹ quan đô thị, ảnh hưởng đến an toàn giao thông, an toàn xã hội trình Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét quyết định.

- Đối với hệ thống tuyên truyền cố động kết hợp với quảng cáo: Xây dựng phương án kêu gọi xã hội hóa hệ thống bảng tuyên truyền cố động kết hợp với quảng cáo thương mại trình Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét quyết định.

- Các vị trí không nằm trong quy hoạch thì yêu cầu tổ chức, cá nhân phải tháo dỡ trong thời hạn là 120 ngày kể từ ngày Quy hoạch được công bố.

- Trong trường hợp có các khu đô thị mới, các tuyến giao thông mới được xây dựng, nâng cấp hoặc phát sinh nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời..., trình UBND tỉnh xem xét quyết định.

- Tổ chức khai thác các vị trí theo quy định hiện hành.

- Lập kế hoạch lắp dựng một số màn hình LED tuyên truyền, kêu gọi xã hội hóa đầu tư lắp đặt với các vị trí tuyên truyền kết hợp quảng cáo....

- Căn cứ các quy định hiện hành, tình hình thực tế cụ thể và mục tiêu của từng giai đoạn mà xây dựng cơ chế, chính sách xã hội hóa, xác định tỷ lệ đầu tư xã hội hóa cho phù hợp.

- Tổ chức hướng dẫn, phổ biến các quy định của pháp luật về hoạt động quảng cáo cho các doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo trên địa bàn tỉnh. Tổ chức thông tin, tuyên truyền các quy định của pháp luật về quảng cáo, quy hoạch quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Dự kiến nhu cầu vốn thực hiện giai đoạn 1 đối với các vị trí tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo ≈ 52 tỷ đồng từ nguồn vốn nhà nước (đối với lắp dựng màn hình LED tuyên truyền) và vốn xã hội hóa (đối với các bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo, bảng quảng cáo).

b) Giai đoạn 2: Thực hiện (từ năm 2025 đến năm 2030)

- Rà soát, điều chỉnh cho phù hợp với các Luật, quy định mới có hiệu lực; tiếp tục rà soát, điều chỉnh cho phù hợp với Quy hoạch cao hơn được phê duyệt (nếu có).

- Trong trường hợp có các khu đô thị mới, các tuyến giao thông mới được xây dựng, nâng cấp hoặc phát sinh nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời..., trình UBND tỉnh xem xét quyết định.

- Tiếp tục tổ chức khai thác các vị trí theo quy định hiện hành.

- Căn cứ các quy định hiện hành, tình hình thực tế cụ thể và mục tiêu của từng giai đoạn mà xây dựng cơ chế, chính sách xã hội hóa, xác định tỷ lệ đầu tư xã hội hóa cho phù hợp.

- Hướng dẫn thủ tục lắp dựng các bảng quảng cáo và khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư xây dựng quảng cáo trên phạm vi toàn tỉnh theo đúng các vị trí đã xác định trong quy hoạch.

- Xem xét áp dụng công nghệ quảng cáo mới, tiên tiến, ưu việt xây dựng các phương tiện tuyên truyền, quảng cáo.

- Hoàn thiện lắp dựng các vị trí tuyên truyền, quảng cáo theo quy hoạch.

- Căn cứ các quy định hiện hành, tình hình thực tế cụ thể và mục tiêu của từng giai đoạn mà xây dựng cơ chế, chính sách xã hội hóa, xác định tỷ lệ đầu tư xã hội hóa cho phù hợp.

- Hướng dẫn thủ tục lắp dựng các bảng quảng cáo, nhận thông báo nội dung quảng cáo và khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư xây dựng quảng cáo trên phạm vi toàn tỉnh theo đúng các vị trí đã xác định trong quy hoạch.

- Tiếp tục xem xét áp dụng công nghệ quảng cáo mới, tiên tiến, ưu việt xây dựng các phương tiện tuyên truyền, quảng cáo.

- Tổng kết, báo cáo kết quả việc thực hiện Quy hoạch giai đoạn đến năm 2030.

- Dự kiến nhu cầu vốn thực hiện Giai đoạn 2 đối với các vị trí tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo ≈ 415 tỷ đồng từ nguồn vốn nhà nước (đối với lắp dựng màn hình LED tuyên truyền) và vốn xã hội hóa (đối với các bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo, bảng quảng cáo).

2. Dự toán kinh phí

Nguồn kinh phí thực hiện: Được bố trí từ nguồn vốn ngân sách nhà nước; nguồn vốn huy động từ các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân và các nguồn vốn hợp pháp khác.

- Xác định nhu cầu vốn đầu tư cho các hình thức tuyên truyền cổ động trực quan gồm ước tính: 90.905.452.000 đồng, trong đó 100% vốn ngân sách nhà nước.

- Xác định nhu cầu vốn đầu tư cho các hình thức tuyên truyền kết hợp quảng cáo, quảng cáo gồm ước tính: 375.739.737.000 đồng, trong đó: 100% vốn đầu tư của doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân và các nguồn vốn hợp pháp khác.

IX. TẦM NHÌN QUY HOẠCH ĐẾN NĂM 2035

- Tiếp tục cập nhật điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch phù hợp với các quy định pháp luật về quảng cáo, đặc biệt với những điều chỉnh (nếu có) của Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời.

- Tùy thuộc vào tình hình thực tiễn, xem xét chỉ cho phép áp dụng thi công các bảng tuyên truyền, xã hội hóa, quảng cáo thương mại theo phương thức lắp ghép mang lại hiệu suất cao về thời gian, an toàn và thẩm mỹ.

- Xem xét áp dụng công nghệ tiên tiến, ưu việt xây dựng các phương tiện tuyên truyền, quảng cáo nâng cao hiệu quả đầu tư.

- Căn cứ tình hình chuyển đổi số, tiếp tục ứng dụng công nghệ định vị toàn cầu (GPS) và trí tuệ nhận tạo vào xác định vị trí và quản lý hệ thống tuyên truyền, xã hội hóa và quảng cáo thương mại; xem xét cấp phép đầu tư hạ tầng kỹ thuật sử dụng chung cho quảng cáo và phát triển viễn thông tại địa bàn tỉnh.

- Áp dụng công nghệ kỹ thuật số trong hiển thị hình ảnh tại một số vị trí trung tâm huyện, thành phố.

- Xem xét thay thế cột đèn chiếu sáng có gắn sẵn hệ thống treo băng rôn dọc, tránh chiếm dụng thêm diện tích vỉa hè ảnh hưởng tới giao thông và mỹ quan đô thị.

- Tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo đầu tư theo hướng thẩm mỹ, công nghệ, thân thiện, hiệu quả.

1. Đối với phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội

- Khảo sát bổ sung các vị trí tuyên truyền cổ động tại những tuyến đường được nâng cấp, các tuyến mới được xây dựng...

- Tùy thuộc thực tế và định hướng phát triển tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2030 - 2035, tiếp tục khảo sát điều chỉnh, bổ sung các vị trí tuyên truyền, quảng cáo...

2. Đối với hệ thống tuyên truyền kết hợp quảng cáo, quảng cáo

- Đối với vị trí tuyên truyền kết hợp quảng cáo:

+ Tiếp tục kêu gọi, huy động nguồn lực của toàn xã hội đầu tư cho các vị trí kết hợp tuyên truyền cổ động và quảng cáo thương mại theo quy định.

+ Xem xét chỉ cho phép áp dụng công nghệ tiên tiến, ưu việt, thân thiện đối với các bảng xã hội hóa.

+ Tiếp tục hoàn thiện quy chế tạo điều kiện cho công tác xã hội hóa được nhanh chóng, thuận lợi.

- Khảo sát bổ sung các vị trí quảng cáo thương mại tại những tuyến đường được nâng cấp, các tuyến mới được xây dựng, ...

- Tùy thuộc thực tế và định hướng phát triển tỉnh giai đoạn 2030 - 2035, tiếp tục khảo sát điều chỉnh, bổ sung các vị trí quảng cáo thương mại.

- Xem xét cho phép ứng dụng công nghệ quảng cáo tiên tiến nhất trong khu vực (công nghệ hình ảnh không gian ba chiều...) tại một số vị trí trọng điểm của tỉnh.

3. Lập mới, điều chỉnh quy hoạch

- Quy hoạch quảng cáo ngoài trời được điều chỉnh trong trường hợp có sự điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

- Trong trường hợp có phát sinh, nâng cấp các tuyến giao thông, các khu đô thị mới hoặc phát sinh nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời, ... UBND tỉnh sẽ xem xét cho điều chỉnh cục bộ Quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

- Khi chuẩn bị hết thời kỳ quy hoạch và/hoặc trường hợp có sự thay đổi về các quy định pháp luật có liên quan ảnh hưởng tới quy hoạch, trên cơ sở hướng dẫn của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND tỉnh xem xét cho phép điều chỉnh tổng thể hoặc lập mới quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

X. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN QUY HOẠCH

Sau khi Quy hoạch được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch căn cứ quy định của pháp luật thực hiện nhiệm vụ quản lý hoạt động quảng cáo, đồng thời phối hợp với các sở, ban, ngành liên quan và UBND các huyện, thành phố thực hiện triển khai Quy hoạch đúng lộ trình đặt ra.

1. Giải pháp về quản lý nhà nước

- Công tác tuyên truyền:

+ Thông tin công khai nội dung “Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035” tại trụ sở Ủy ban nhân dân các cấp và trên các phương tiện thông tin đại chúng đến với các doanh nghiệp thực hiện quảng cáo, các doanh nghiệp đầu tư xã hội hóa và đến đông đảo người dân giám sát thực hiện quy hoạch.

+ Tuyên truyền, phổ biến Luật Quảng cáo và các văn bản pháp luật có liên quan đến hoạt động quảng cáo bằng các hình thức phù hợp, để nâng cao nhận thức và ý thức trách nhiệm trong việc thực hiện của các tổ chức, cá nhân.

- Công tác bồi dưỡng, tập huấn: Tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn về nội dung “Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050”; nghiệp vụ về công tác quản lý quảng cáo và văn bản pháp

luật về quảng cáo có liên quan cho đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý văn hóa từ tỉnh đến cơ sở; các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có liên quan.

- Công tác thanh tra, kiểm tra:

+ Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra các hoạt động xây dựng/lắp dựng phương tiện quảng cáo ngoài trời; xử lý nghiêm đối với các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân vi phạm theo quy định của pháp luật.

+ Thành lập đoàn thanh tra, kiểm tra liên ngành tổ chức kiểm tra, rà soát các bảng quảng cáo nằm ngoài Quy hoạch đề yêu cầu tháo dỡ theo quy định.

2. Giải pháp về huy động nguồn lực đầu tư

- Cơ chế huy động vốn đầu tư:

+ Đối với hệ thống quảng cáo thương mại: Sử dụng 100% từ nguồn vốn của tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp (không sử dụng nguồn ngân sách nhà nước). Tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân đầu tư cho mục đích phát triển quảng cáo theo hướng hiện đại, đảm bảo tính thẩm mỹ.

+ Đối với hệ thống tuyên truyền cổ động và hệ thống tuyên truyền kết hợp quảng cáo thương mại: Kêu gọi xã hội hóa và sử dụng nguồn vốn của tỉnh. Căn cứ các quy định hiện hành, tình hình thực tế cụ thể và mục tiêu của từng giai đoạn mà xây dựng cơ chế, chính sách xã hội hóa, xác định tỷ lệ đầu tư xã hội hóa cho phù hợp.

- Xác định về đất cho tuyên truyền, quảng cáo: Diện tích đất sử dụng phần móng ≤ 30 m² mỗi vị trí quảng cáo đã được phê duyệt, các huyện, thành phố xây dựng kế hoạch thực hiện, bố trí quỹ đất trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

3. Giải pháp về khoa học, công nghệ

- Với điều kiện khoa học kỹ thuật phát triển, việc thi công các bảng tuyên truyền, quảng cáo theo phương thức lắp ghép thực sự mang lại hiệu suất cao về thời gian, an toàn và thẩm mỹ.

- Việc sử dụng tiêu chí “thời gian hiệu quả” giúp cho việc chọn lựa các vị trí có giá trị tuyên truyền, quảng cáo dễ dàng và có độ chính xác cao.

- Việc ứng dụng công nghệ định vị toàn cầu (GPS) vào xác định vị trí tuyên truyền, quảng cáo giúp cho việc xây dựng quy hoạch được chính xác và cụ thể, đáp ứng yêu cầu của Quy hoạch.

- Việc áp dụng công nghệ màn hình LED và công nghệ 4G, 5G giúp cho việc tuyên truyền hiệu quả và nhanh chóng.

4. Giải pháp về liên kết, hợp tác

Khuyến khích các tổ chức, cá nhân kinh doanh quảng cáo trên địa bàn tỉnh thành lập các Hội, Hiệp hội nghề nghiệp quảng cáo hoặc tham gia các tổ chức xã hội nghề nghiệp về quảng cáo như Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam, Hiệp hội Quảng cáo Hà Nội, Hội Quảng cáo Thành phố Hồ Chí Minh, Hội Quảng cáo Đà Nẵng,...

qua đó giao lưu, cập nhật các công nghệ mới và hỗ trợ nhau cùng phát triển.

XII. TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC SỞ, NGÀNH, ĐỊA PHƯƠNG, ĐƠN VỊ, TỔ CHỨC CÓ LIÊN QUAN

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Chịu trách nhiệm công khai Quy hoạch quảng cáo; hướng dẫn, triển khai tổ chức thực hiện Quy hoạch quảng cáo đã được phê duyệt; phối hợp các cơ quan, đơn vị liên quan lập dự án đầu tư, tổ chức xây dựng hệ thống tuyên truyền trực quan, quảng cáo ngoài trời theo nội dung quy hoạch.

Tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh điều chỉnh, bổ sung “*Quy định quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh*” theo quy định hiện hành.

Chủ trì phối hợp với các Sở, ban, ngành, địa phương liên quan tiến hành khảo sát, tổng hợp các vị trí tuyên truyền, quảng cáo tại các khu đô thị mới, các tuyến giao thông mới được xây dựng, nâng cấp hoặc phát sinh nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời... trình UBND tỉnh xem xét quyết định.

Tổ chức kiểm tra, rà soát các bảng quảng cáo nằm ngoài Quy hoạch để yêu cầu tháo dỡ theo quy định.

Tổ chức hướng dẫn thực hiện, tuyên truyền phổ biến các quy định của pháp luật về quảng cáo; quy hoạch quảng cáo.

Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm về hoạt động quảng cáo theo quy định của pháp luật. Chủ trì, phối hợp với các sở ngành liên quan tổ chức kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm quy định pháp luật về quảng cáo trên các phương tiện quảng cáo theo thẩm quyền.

Chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra Phòng Văn hoá và Thông tin huyện, thành phố về công tác quản lý nhà nước hoạt động quảng cáo tại địa phương.

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

2. Sở Xây dựng

Cung cấp thông tin quy hoạch xây dựng, quy hoạch đô thị thuộc thẩm quyền UBND tỉnh phê duyệt. Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch triển khai tổ chức thực hiện Quy hoạch quảng cáo đã được phê duyệt; phối hợp các cơ quan, đơn vị liên quan lập dự án đầu tư, tổ chức xây dựng hệ thống tuyên truyền trực quan, quảng cáo ngoài trời theo nội dung Quy hoạch.

Phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố và các cơ quan đơn vị liên quan xác định vị trí lắp đặt, kích thước và biện pháp đảm bảo trật tự an toàn giao thông khi thi công bảng tuyên truyền, quảng cáo trong phạm vi đất đường bộ, phạm vi hành lang bảo vệ luồng đường thủy nội địa trên các tuyến, luồng để Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tổng hợp,

tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

Thanh, kiểm tra việc thực hiện về lắp đặt bảng quảng cáo theo giấy phép xây dựng đã được cấp và theo phân cấp quản lý của ngành; phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố, các cơ quan, đơn vị liên quan giải quyết và xử lý.

Cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo theo quy định của pháp luật hiện hành về thẩm quyền cấp giấy phép xây dựng; hướng dẫn, kiểm tra việc cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo thuộc thẩm quyền của Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố; hướng dẫn, kiểm tra công tác quản lý chất lượng của các tổ chức, cá nhân tham gia xây dựng công trình; thẩm định thiết kế, kiểm tra công tác nghiệm thu các công trình quảng cáo do mình cấp phép xây dựng đảm bảo các quy định tại Nghị định 06/2021/NĐ-CP ngày 26/01/2021 của Chính phủ Quy định chi tiết một số nội dung về quản lý chất lượng, thi công xây dựng và bảo trì công trình xây dựng.

Khi thẩm định, xem xét cấp phép cho các cơ quan, đơn vị, cá nhân đầu tư bảng tuyên truyền, quảng cáo theo thẩm quyền, có trách nhiệm thông báo và phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông để chỉ đạo các doanh nghiệp viễn thông dùng chung cơ sở hạ tầng để lắp đặt trạm thu phát sóng thông tin di động, hạ tầng viễn thông khác nếu có nhu cầu.

3. Sở Giao thông Vận tải

Phối hợp với Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố và các cơ quan đơn vị liên quan xác định phạm vi đất đường bộ, hành lang an toàn đường bộ, phạm vi hành lang bảo vệ luồng đường thủy nội địa của các tuyến giao thông đường bộ, đường thủy nội địa được giao quản lý trên địa bàn tỉnh làm cơ sở cho các doanh nghiệp đầu tư xây dựng dự án phù hợp.

Thanh tra, kiểm tra, phát hiện vi phạm về lắp đặt bảng quảng cáo trong phạm vi đất đường bộ, phạm vi hành lang bảo vệ luồng đường thủy nội địa được giao quản lý; phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố các cơ quan, đơn vị liên quan giải quyết và xử lý.

Phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch trong quản lý, kiểm tra, thanh tra việc thực hiện quảng cáo trên phương tiện giao thông.

4. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Theo chức năng nhiệm vụ, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Tài chính và các đơn vị có liên quan tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh các nội dung về chủ trương đầu tư dự án trong trường hợp dự án dùng vốn đầu tư công; chấp thuận chủ trương đầu tư dự án trong trường hợp dự án sử dụng vốn ngoài ngân sách (dự án có sử dụng đất); kinh phí thực hiện các nội dung đầu tư trong quy hoạch này theo tình hình thực tế triển khai quy hoạch, đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật.

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị có liên quan hướng dẫn tổ chức đấu thầu các vị trí quảng cáo ngoài trời trong quy hoạch theo quy định của pháp luật về đấu thầu.

Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch phổ biến quy định của pháp luật về viết, đặt biển hiệu cho các tổ chức khi cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

5. Công an tỉnh

Trong phạm vi chức năng, quyền hạn của mình có trách nhiệm thành lập đoàn hoặc phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch thanh tra, kiểm tra việc thực hiện quy hoạch theo đúng lộ trình, đúng các quy định của pháp luật và giải quyết các nội dung theo thẩm quyền có liên quan.

Yêu cầu các tổ chức, cá nhân, cơ sở kinh doanh định kỳ phải kiểm tra công tác phòng cháy chữa cháy đối với biển hiệu, bảng quảng cáo có sử dụng nguồn điện chiếu sáng, màn hình chuyên quảng cáo.

Kiểm tra, xử lý các tổ chức, cá nhân, cơ sở kinh doanh lắp đặt biển hiệu, bảng quảng cáo không đúng quy định về an toàn phòng cháy, chữa cháy; thông báo kết quả xử lý vi phạm về Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch.

6. Sở Thông tin và Truyền thông

Chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan thông tấn báo chí, Cổng thông tin điện tử tỉnh, hệ thống thông tin cơ sở thực hiện tuyên truyền công bố quy hoạch quảng cáo đã được phê duyệt; tăng cường tuyên truyền, phổ biến việc thực hiện rà soát, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo ngoài trời theo đúng nội dung quy hoạch. Đồng thời, chia sẻ rộng rãi trên các hệ thống thông tin điện tử, mạng xã hội về việc triển khai “Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035”.

Phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan cung cấp nội dung thông tin, tài liệu tuyên truyền theo quy định.

Phối hợp với Công an tỉnh xử lý các số điện thoại quảng cáo rao vặt treo, đặt, dán, viết, vẽ không đúng nơi quy định gây mất mỹ quan đô thị.

7. Sở Tài nguyên và Môi trường

Thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm về đất đai, môi trường của công trình quảng cáo theo thẩm quyền; thông báo kết quả xử lý vi phạm về Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch.

8. Sở Y tế

Ban hành các văn bản, hoặc thông báo, hướng dẫn các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo bị cấm trong lĩnh vực Y tế.

Có trách nhiệm tham gia ý kiến về nội dung quảng cáo đối với các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt thuộc lĩnh vực của Sở quản lý khi cơ quan tiếp

nhận, xử lý hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đề nghị.

Thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm về nội dung biển hiệu, quảng cáo của các cơ sở y tế, phòng khám, nhà thuốc trên địa bàn tỉnh; quản lý nội dung quảng cáo đối với sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ đặc biệt thuộc lĩnh vực quản lý theo quy định của Luật Quảng cáo và văn bản hướng dẫn thi hành; thông báo kết quả xử lý vi phạm về Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch.

9. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Ban hành các văn bản, hoặc thông báo, hướng dẫn các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo bị cấm trong lĩnh vực Nông nghiệp.

Có trách nhiệm tham gia ý kiến về nội dung quảng cáo thuộc lĩnh vực của Sở quản lý khi cơ quan tiếp nhận, xử lý hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đề nghị.

Phối hợp thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm của hoạt động quảng cáo thuộc lĩnh vực quản lý theo thẩm quyền.

10. Sở Công thương

Đôn đốc, nhắc nhở đơn vị quản lý vận hành lưới điện trên địa bàn tỉnh thường xuyên kiểm tra, kịp thời phát hiện, xử lý các vi phạm về lắp đặt bảng quảng cáo trong phạm vi hành lang bảo vệ an toàn lưới điện; phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố, các cơ quan, đơn vị liên quan giải quyết và xử lý theo quy định.

11. Sở Tài chính

Thẩm định dự toán kinh phí và tham mưu trình UBND tỉnh bố trí kinh phí thực hiện Quy hoạch quảng cáo trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

Phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư và các đơn vị có liên quan tham mưu cho UBND tỉnh phân bổ vốn cho các dự án xây dựng, lắp đặt bảng tuyên truyền, quảng cáo sử dụng vốn đầu tư công từ ngân sách nhà nước.

12. Ban Quản lý các khu công nghiệp tỉnh Lâm Đồng

Cấp Giấy phép xây dựng công trình quảng cáo thuộc phạm vi quản lý của Ban Quản lý theo quy định tại Khoản 2 Điều 103 của Luật Xây dựng năm 2014, tại Điều 31 Luật Quảng cáo năm 2012 và các quy định pháp luật hiện hành.

Khi thẩm định, xem xét cấp phép cho các cơ quan, đơn vị, cá nhân đầu tư bảng tuyên truyền, quảng cáo theo thẩm quyền, có trách nhiệm thông báo và phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông để chỉ đạo các doanh nghiệp viễn thông dùng chung cơ sở hạ tầng để lắp đặt trạm thu phát sóng thông tin di động, hạ tầng viễn thông khác nếu có nhu cầu.

13. Các Sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh: Căn cứ chức năng, nhiệm vụ phối hợp chặt chẽ với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch trong quá trình triển khai Quy hoạch quảng cáo.

14. UBND các huyện, thành phố

Tổ chức niêm yết Quy hoạch quảng cáo ngoài trời và bản vẽ chi tiết quy hoạch tại trụ sở Ủy ban nhân dân cấp huyện; Cung cấp thông tin quy hoạch xây dựng, quy hoạch đô thị thuộc thẩm quyền UBND cấp huyện phê duyệt; Tổ chức tuyên truyền, phổ biến Luật Quảng cáo, các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan và Quy hoạch này trên địa bàn quản lý.

Thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trong phạm vi địa phương theo thẩm quyền. Chịu trách nhiệm trước Ủy ban nhân dân tỉnh về các hoạt động quảng cáo trên địa bàn quản lý.

Xây dựng phương án duy tu bảo dưỡng các bảng tuyên truyền đang sử dụng đạt yêu cầu mỹ quan, an toàn; tháo dỡ, di dời với các bảng xuống cấp, hư hỏng làm mất mỹ quan đô thị, ảnh hưởng đến an toàn giao thông, an toàn xã hội trình Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét quyết định.

Phối hợp với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch trực tiếp quản lý, thực hiện quy hoạch trên địa bàn đảm bảo theo đúng quy hoạch đã được phê duyệt.

Chỉ đạo Phòng Văn hóa và Thông tin cấp huyện thực hiện trách nhiệm theo quy định tại các văn bản quy phạm pháp luật về quảng cáo.

Cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo theo quy định của pháp luật hiện hành về thẩm quyền cấp giấy phép xây dựng; quản lý, vận hành các công trình quảng cáo do mình cấp giấy phép xây dựng.

Khi thẩm định, xem xét cấp phép cho các cơ quan, đơn vị, cá nhân đầu tư bảng tuyên truyền, quảng cáo theo thẩm quyền, có trách nhiệm thông báo và phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông để chỉ đạo các doanh nghiệp viễn thông dùng chung cơ sở hạ tầng để lắp đặt trạm thu phát sóng thông tin di động, hạ tầng viễn thông khác nếu có nhu cầu.

Xây dựng phương án tổ chức và quản lý treo băng rôn trên những tuyến đường thuộc địa bàn phù hợp với quy hoạch quảng cáo ngoài trời của tỉnh; thực hiện khi được tỉnh phê duyệt, phân cấp.

Chỉ đạo các phòng, đơn vị trực thuộc và Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn tổ chức việc kiểm tra, phát hiện và xử lý kịp thời vi phạm về hoạt động quảng cáo. Giải quyết khiếu nại, tố cáo thuộc phạm vi trách nhiệm theo quy định hiện hành.

Hướng dẫn các tổ chức, cá nhân hoạt động sản xuất, kinh doanh thực hiện các quy định về biển hiệu theo Luật Quảng cáo khi cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

Căn cứ theo Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh, tổng hợp nhu cầu sử dụng đất cần cho quảng cáo ngoài trời gửi Sở Tài nguyên và Môi trường để cập nhật vào quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt theo quy định.

Báo cáo định kỳ 6 tháng, 1 năm việc quản lý quảng cáo ngoài trời trên địa bàn gửi Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch và báo cáo đột xuất theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

15. Chủ sở hữu phương tiện quảng cáo

Chủ sở hữu phương tiện quảng cáo ngoài trời có trách nhiệm: khảo sát kỹ thuật, báo cáo về hiện trạng; tuân theo các quy định về cấp phép và quản lý xây dựng theo giấy phép của cơ quan có thẩm quyền về xây dựng tại địa phương; thực hiện kiểm tra, bảo trì định kỳ theo quy định và đảm bảo các điều kiện an toàn cho phương tiện quảng cáo ngoài trời trong suốt thời gian thi công xây dựng/lắp đặt cũng như thời gian tồn tại của phương tiện quảng cáo ngoài trời và chịu toàn bộ trách nhiệm của mình trước pháp luật.

Sau khi Quy hoạch được phê duyệt, trong quá trình thực hiện, nếu có vấn đề vướng mắc, cần sửa đổi, bổ sung, đề nghị các cơ quan, đơn vị có văn bản gửi đến Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch để kịp thời báo cáo, đề xuất Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo giải quyết và điều chỉnh cho phù hợp với tình hình phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

XIII. PHỤ LỤC

[Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Lâm Đồng 2024](#)

- 1) BẢN ĐỒ HIỆN TRẠNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI
- 2) BẢN ĐỒ VỊ TRÍ QUY HOẠCH
- 3) BẢN ĐỒ TRÍCH LỤC, PHỐI CẢNH VỊ TRÍ ĐIỂM QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI
- 4) BẢN VẼ THIẾT KẾ KỸ THUẬT BẢNG QUẢNG CÁO
- 5) THỐNG KÊ CÁC VỊ TRÍ QUY HOẠCH VÀ TỌA ĐỘ ĐỊNH VỊ TOÀN CẦU (GPS)
- 6) BẢN ĐỒ SỐ VÀ DỮ LIỆU QUY HOẠCH ĐÃ SỐ HÓA
- 7) DỰ TOÁN THỰC HIỆN QUY HOẠCH

