

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐIỆN BIÊN

QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐIỆN BIÊN ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035



Hồ sơ



Bản đồ số

BẢNG TUYÊN TRUYỀN - QUẢNG CÁO		Tp. Điện Biên Phủ TTQC 03		BẢNG QUẢNG CÁO		Huyện Tuần Giáo QC 01	
NT, Đường 7/5, đầu dài phân cách phía đường Võ Nguyên Giáp		40m2 1 mặt		NT, QL6, Km382+820, đoạn qua TT. Tuần Giáo, bên trái hướng TT. Tuần Giáo		100m2 2 mặt 16m2	
							
							

Điện Biên, năm 2024

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐIỆN BIÊN

**QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN
TỈNH ĐIỆN BIÊN ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035**

Điện Biên, năm 2024

Mục lục

I. SỰ CẦN THIẾT LẬP QUY HOẠCH	1
II. CĂN CỨ LẬP QUY HOẠCH.....	2
III. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI QUY HOẠCH, GIẢI THÍCH TỪ NGỮ	5
1. Đối tượng	5
2. Phạm vi quy hoạch:.....	5
3. Giải thích từ ngữ	6
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 Điện Biên 14	
3. Dự báo xu thế phát triển.....	32
V. NGUYÊN TẮC, MỤC TIÊU QUY HOẠCH.....	37
1. Nguyên tắc	37
2. Mục tiêu	37
VI. NỘI DUNG QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐIỆN BIÊN ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035	38
1. Phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại.....	38
2. Hệ thống quảng cáo thương mại.....	40
VII. DỰ KIẾN, ĐỀ XUẤT	49
VIII. LỘ TRÌNH THỰC HIỆN	51
1. Phân kỳ thực hiện.....	51
2. Lộ trình thực hiện.....	53
IX. TẦM NHÌN QUY HOẠCH ĐẾN NĂM 2035	54
1. Đối với phương tiện tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội, kết hợp quảng cáo thương mại	54
2. Đối với hệ thống quảng cáo thương mại	54
3. Lập mới, điều chỉnh quy hoạch	55
X. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN QUY HOẠCH.....	55
1. Các giải pháp chủ yếu thực hiện Quy hoạch	55
2. Các dự án ưu tiên đầu tư và nguồn lực thực hiện	56
XI. DỰ TOÁN KINH PHÍ	57
XII. TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC SỞ, NGÀNH, ĐỊA PHƯƠNG, ĐƠN VỊ, TỔ CHỨC CÓ LIÊN QUAN	60
XIII. PHỤ LỤC.....	66

DANH MỤC VÀ KÝ HIỆU CÁC CHỮ VIẾT TẮT

TT	Tuyên truyền
TTQC	Tuyên truyền kết hợp quảng cáo thương mại
TTBR	Băng rôn tuyên truyền
QC	Quảng cáo
NT	Nội thành, nội thị
QL	Quốc lộ
ĐT	Đường tỉnh
DH	Đường huyện
ĐBP	Tp. Điện Biên Phủ
ML	Thị xã Mường Lay
MC	Huyện Mường Chà
TC	Huyện Tủa Chùa
ĐB	Huyện Điện Biên
MA	Huyện Mường Ảng
ĐBĐ	Huyện Điện Biên Đông
MN	Huyện Mường Nhé
TG	Huyện Tuần Giáo
NP	Huyện Nậm Pồ

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1	Số liệu khảo sát thực trạng tuyên truyền, quảng cáo tại tỉnh Điện Biên	15
Bảng 2	Thống kê các vị trí tuyên truyền	39
Bảng 3	Thống kê vị trí quảng cáo	41
Bảng 4	Các vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng các bảng màn hình LED	49
Bảng 5	Lộ trình thực hiện quy hoạch	53
Bảng 6	Các dự án ưu tiên đầu tư	56
Bảng 7	Dự toán kinh phí thực hiện quy hoạch	57

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.

Trước yêu cầu của sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, hoạt động tuyên truyền, quảng cáo trong những năm qua ngày càng đa dạng về hình thức, phong phú về nội dung, phương tiện thiết bị ngày càng hiện đại, góp phần làm tăng vẻ đẹp cảnh quan đô thị. 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 quảng bá sản phẩm của đơn vị, tổ chức và doanh nghiệp đến với Nhân dân.

Thực hiện Quyết định số 685/QĐ-UBND ngày 03/8/2012 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Đề án Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên đến năm 2020 (Quy hoạch 2012), hoạt động quảng cáo ngoài trời dần đi vào nề nếp, đảm bảo mỹ quan đô thị, an toàn giao thông. Việc tổ chức thực hiện Quy hoạch trong thời gian qua đã đạt được một số kết quả tích cực, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, tạo cảnh quan đẹp cho đô thị và nông thôn của tỉnh; thông tin phản ánh kịp thời, hiệu quả chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước tới các tầng lớp Nhân dân.

Tuy nhiên, Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên đến năm 2020 đến nay không còn phù hợp với một số quy định mới của pháp luật cũng như yêu cầu phát triển và quản lý hoạt động tuyên truyền, quảng cáo mà thực tế đang đặt ra trên địa bàn tỉnh, thể hiện trên một số mặt cụ thể sau:

Một là, Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên đến năm 2020 đến nay đã hết hiệu lực thực hiện và không còn phù hợp với pháp luật như Luật Quảng cáo ngày 21/6/2012, 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, Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20/05/2018 của Bộ trưởng Bộ Xây dựng ban hành 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 Điện Biên 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 Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên đến năm 2020, ví dụ như: Đường Si Pha Phìn - Mường Nhé (Km0 - Km100+200); cải tạo nâng cấp QL4H đoạn Km0 - Km47 và đoạn Km147+200 -

Km184+200; cải tạo nâng cấp QL279, hai tuyến nhánh Quốc lộ 4H đi ra lối mở Si Pha Phìn ...

Ba là, Vị trí, số lượng bảng tuyên truyền, quảng cáo theo Quy hoạch đã được phê duyệt tại nhiều địa điểm (từ năm 2012) đến nay không còn phù hợp do nhiều huyện, thị xã thực hiện di dân tái định cư, sáp nhập địa giới hành chính. Việc quy hoạch 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.

Bốn là, Cùng với cả nước, tỉnh Điện Biên đang quyết liệt 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 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 xây dựng Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên, để lĩnh vực tuyên truyền cổ động và 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; phù hợp với các quy định của pháp luật. Vì vậy, việc xây dựng Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035 là rất 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 12/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển văn hoá đến năm 2030;

- Quyết định số 109/QĐ-TTg ngày 27/01/2024 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tỉnh Điện Biên 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-BVHTTDL 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/BVHTTDL-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-BVHTTDL 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 Điện Biên

- Quyết định số 685/QĐ-UBND ngày 03/8/2012 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Đề án Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên

đến năm 2020;

- Thông báo số 60/TB-UBND ngày 03/8/2021 của UBND tỉnh về Kết luận của đồng chí Vừ A Bằng - Ủy viên Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh, Phó Chủ tịch UBND tỉnh tại buổi làm việc với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch;

- Quyết định số 1246/QĐ-UBND ngày 15/7/2022 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Đề cương nhiệm vụ và dự toán kinh phí lập Quy hoạch Quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035;

- Quyết định số 1813/QĐ-UBND ngày 08/11/2023 của UBND tỉnh về việc phê duyệt điều chỉnh nguồn kinh phí, thời gian thực hiện và phê duyệt kế hoạch lựa chọn nhà thầu Lập Quy hoạch Quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

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;
- Màn hình 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;
- 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 Điện Biên, 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 Điện Biên 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/óp 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

1.1.1. Vị trí địa lý

Điện Biên là một tỉnh biên giới miền núi thuộc vùng Tây Bắc của Tổ quốc có diện tích tự nhiên: 9.563,28 km². Có tọa độ địa lý 20°54' - 22°33' vĩ độ Bắc và 102°10' - 103°36' kinh độ Đông. Nằm cách Thủ đô Hà Nội 504 km về phía Tây.

- + Phía Đông và Đông Bắc giáp tỉnh Sơn La.
- + Phía Bắc giáp tỉnh Lai Châu.
- + Phía Tây Bắc giáp tỉnh Vân Nam (Trung Quốc).
- + Phía Tây và Tây Nam giáp CHDCND Lào.

Là tỉnh duy nhất có chung đường biên giới dài 455,573 km với 2 quốc gia Lào và Trung Quốc, trong đó: Đường biên giới tiếp giáp với Lào là 414,712 km; với Trung Quốc là 40,861 km; có đường giao thông đi các tỉnh Bắc Lào và tỉnh Vân Nam/Trung Quốc; có đường hàng không từ thành phố Điện Biên Phủ đi Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh.

1.1.2. Địa hình

Chủ yếu là đồi núi dốc, hiểm trở và chia cắt mạnh. Được cấu tạo bởi những dãy núi chạy dài theo hướng Tây Bắc - Đông Nam với độ cao biến đổi từ 200m đến hơn 1.800m. Địa hình thấp dần từ Bắc xuống Nam và nghiêng dần từ Tây sang Đông. Xen lẫn các dãy núi cao là các thung lũng, sông suối nhỏ hẹp và dốc. Người tham gia giao thông trên các cung đường cần chú ý và tập trung cao vào giao thông, biển báo, tay lái..., đây là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới khai thác tuyên truyền, quảng cáo.

1.1.3. Địa chất

Điện Biên có lịch sử phát triển địa chất lâu dài và cấu trúc kiến tạo phức tạp. Sau pha ổn định về địa chất kiến tạo tương đối vào thế Pliocen và kỷ Đệ Tứ, địa hình núi phân cách được thiết lập. Do nâng cao các dòng chảy diễn ra quá trình đào xẻ lòng làm cho các thung lũng sông ngày càng sâu với các sườn dốc từ 300 - 400 m và các vách dốc đứng, nhiều thác ghềnh. Do đó, khi lắp dựng bảng tuyên truyền, quảng cáo cần khảo sát địa chất cẩn thận và có phương án móng phù hợp với địa chất tại vị trí lắp dựng.

1.1.4. Khí hậu

Điện Biên có khí hậu nhiệt đới gió mùa núi cao, mùa đông tương đối lạnh và ít mưa; mùa hạ nóng, mưa nhiều, chịu ảnh hưởng của gió tây khô và nóng. Nhiệt độ trung bình hàng năm từ 21o - 23oC, nhiệt độ trung bình thấp nhất thường vào tháng 12 đến tháng 2 năm sau (14° - 18° C), các tháng có nhiệt độ

trung bình cao nhất từ tháng 4 - 9 (25oC). Lượng mưa hằng năm trung bình từ 1500 mm đến 2500 mm, thường tập trung theo mùa, mùa khô kéo dài từ tháng 10 đến tháng 4 năm sau. Điện Biên có nhiều nắng, khoảng từ 1820 đến 2035 giờ/năm và từ 115 đến 215 giờ/tháng; các tháng có giờ nắng thấp là tháng 6, 7; các tháng có giờ nắng cao thường là các tháng 3, 4, 8, 9.

Với chất liệu của các phương tiện tuyên truyền, quảng cáo ngày càng bền vững, khí hậu Điện Biên ít có tác động tới kết cấu của phương tiện tuyên truyền, quảng cáo. Tuy nhiên, cũng như nhiều địa phương khác, nắng nóng làm mặt bảng quảng cáo (thường là bạt hiflex) dễ bị bạc màu. Cây cối cũng phát triển rất nhanh khiến cho các bảng tuyên truyền, quảng cáo bị che phủ.

1.1.5. Các đơn vị hành chính

Hiện nay, tỉnh Điện Biên gồm 1 thành phố, 1 thị xã và 8 huyện; 129 đơn vị cấp xã gồm: 9 phường, 5 thị trấn và 115 xã. Trong đó:

- Thành phố Điện Biên Phủ gồm có: 7 phường và 5 xã.
- Thị xã Mường Lay gồm có: 2 phường và 1 xã.
- Huyện Điện Biên gồm có: 21 xã.
- Huyện Điện Biên Đông gồm có: 1 thị trấn và 13 xã.
- Huyện Mường Ảng gồm có: 1 thị trấn và 9 xã.
- Huyện Mường Chà gồm có: 1 thị trấn và 11 xã.
- Huyện Mường Nhé gồm có: 11 xã.
- Huyện Tủa Chùa gồm có: 1 thị trấn và 11 xã.
- Huyện Tuần Giáo gồm có: 1 thị trấn và 18 xã.
- Huyện Nậm Pồ gồm có: 15 xã.

1.2. Về phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh

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.

Kinh tế Việt Nam năm 2024 mặc dù vẫn còn nhiều khó khăn nhưng với sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị. Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã chủ động, linh hoạt, quyết liệt, sát sao chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương cùng với sự đoàn kết, tin tưởng, ủng hộ của Nhân dân và cộng đồng doanh nghiệp đã triển khai nhiều giải pháp nhằm tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy tăng trưởng, giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô và các cân đối lớn của nền kinh tế.

Tỉnh Điện Biên 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

Điện Biên 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 XIV.

1.2.1. Về kinh tế

Tính chung 4 tháng đầu năm 2024, vốn đầu tư phát triển toàn xã hội trên địa bàn ước đạt 5.100,35 tỷ đồng, tăng 3,57% so với cùng kỳ năm trước.

Thị trường hàng hóa và hoạt động thương mại, dịch vụ tiếp tục tăng trưởng mạnh so với cùng kỳ, đặc biệt là trong tháng 4 là tháng cao điểm của chuỗi hoạt động chào mừng kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ.

Lĩnh vực nuôi, trồng, khai thác thủy sản và hoạt động thương mại phát triển tốt, báo hiệu nhu cầu quảng cáo cho các sản phẩm địa phương và các thương hiệu tiếp tục ổn định.

Chỉ số sản xuất toàn ngành công nghiệp tăng 7,98% nhưng ngành sản xuất và phân phối điện giảm 5,15% so với cùng kỳ năm trước có thể ảnh hưởng tới việc cung cấp điện cho các màn hình LED và các bảng tuyên truyền, quảng cáo có chiếu sáng.

Thu ngân sách Nhà nước 4 tháng đầu năm 2024 giảm 0,75 % so với cùng kỳ năm trước, chi ngân sách Nhà nước ước tăng 10,31% so với cùng kỳ năm trước, đảm bảo nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh, quản lý Nhà nước trên địa bàn tỉnh, trong đó có nhiệm vụ tuyên truyền chính sách của Đảng, Nhà nước và đặc biệt là hoạt động Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ.

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

Điện Biên là tỉnh giàu tiềm năng du lịch, đặc biệt là lĩnh vực văn hoá - lịch sử. Nổi bật nhất là di tích lịch sử Quốc gia đặc biệt Chiến trường Điện Biên Phủ gồm: Sở chỉ huy Chiến dịch Điện Biên Phủ - Mừng Phăng; các cứ điểm Him Lam, Bản kéo, Độc lập; Các đồi A1, C1, D1, E1 và Trung tâm tập đoàn cứ điểm Điện Biên Phủ (Hầm Đờ cát)...

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, như: Rừng nguyên sinh Mường Nhé; các hang động: Pa Thom (huyện Điện Biên), Thẩm Púa (huyện Tuần Giáo); các suối khoáng nóng Hua Pe, U Va; các hồ Pá Khoang, Pe Luông...

Ngoài ra, Điện Biên có 19 dân tộc, mỗi dân tộc có sắc thái văn hóa riêng rất đa dạng, hiện nay vẫn còn giữ được các phong tục tập quán vốn có, điển hình là dân tộc Thái và Mông...

Để tăng thêm giá trị khai thác du lịch, tỉnh Điện Biên 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 công trình di sản nhân như: Bức tranh Panorama, Đền thờ liệt sỹ tại Chiến trường Điện Biên Phủ, di tích lịch sử Quốc gia đặc biệt Chiến trường Điện Biên Phủ... Xây dựng hoàn thiện Đề án 70 năm chiến thắng Điện Biên Phủ, chủ động phối hợp và triển khai thực hiện các hoạt động trong chuỗi sự kiện hướng tới kỷ niệm 70 năm theo thẩm quyền. Đề án tổ chức Năm Du lịch quốc gia - Điện Biên 2024 với nhiều hoạt động nổi bật đã góp phần nâng sức thu hút du khách đến với Điện Biên. Đặc biệt, tháng 4 là tháng cao điểm của chuỗi hoạt động chào mừng Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ 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 Điện Biên.

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, phối hợp tổ chức thành công 03 giải thể thao khu vực và toàn quốc; tham gia 16 giải thi đấu khu vực và toàn quốc đạt 92 huy chương các loại, trong đó có 43 huy chương từ các giải thể thao thành tích cao. 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. Dịch vụ vận tải hành khách

Hoạt động vận tải tiếp tục tăng cao, tính chung 4 tháng đầu năm 2024, vận tải hành khách đạt 1.178,147 nghìn hành khách vận chuyển, tăng 33,93% so với cùng kỳ năm trước là cơ hội cho phát triển loại hình tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời hai bên thành xe.

1.2.5. 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.

1.2.6. Tình hình thực hiện các chương trình, dự án trọng điểm của tỉnh

- Dự án nâng cấp mở rộng Cảng hàng không Điện Biên: Dự án đầu tư xây dựng mở rộng cảng đã hoàn thành các hạng mục như đường cất hạ cánh, đường lăn, sân đỗ máy bay, nhà ga hành khách cùng các công trình phụ trợ và đã được

đưa vào khai thác và hoạt động trở lại vào ngày 02/12/2023.

- Các Dự án trọng điểm của tỉnh và các chương trình dự án chào mừng kỷ niệm 70 năm Chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ được tập trung, quyết liệt chỉ đạo như: Đường giao thông kết nối các khu vực kinh tế trọng điểm thuộc vùng kinh tế động lực dọc trục QL279 và QL12, tỉnh Điện Biên, Dự án Quản lý đa thiên tai lưu vực sông Nậm Rốm, Dự án nâng cấp ĐT 143, ĐT 147, Dự án cầu Thanh Bình, Dự án Nhà khách tỉnh, Dự án trường tiểu học Hà Nội Điện Biên Phủ, Dự án Cao tốc Sơn La - Điện Biên - Cửa khẩu Tây Trang (giai đoạn 1), các công trình, dự án bảo tồn, tôn tạo, trùng tu các điểm di tích...

Việc hoàn thành các dự án trọng điểm đóng vai trò quan trọng trong đánh giá của nhà đầu tư quảng cáo đối với sự phát triển của tỉnh. Ngoài ra, các dự án hoàn thành cũng là tài nguyên tiềm năng cho hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời.

1.3. Về hệ thống giao thông

1.3.1. Đường bộ

Tổng chiều dài hệ thống đường giao thông từ quốc lộ, tỉnh lộ đến đường giao thông nông thôn trên địa bàn tỉnh năm 2023 đạt 9.212,37km. Trong đó, hệ thống các tuyến quốc lộ (bao gồm 6 tuyến có tổng chiều dài 745km) đóng vai trò quan trọng giúp kết nối Điện Biên với thủ đô Hà Nội, các trung tâm kinh tế năng động trong khu vực, các tỉnh bắc Lào và tây bắc Trung Quốc.

Đối với hệ thống giao thông nông thôn, đến nay 129/129 đơn vị cấp xã đã có đường ô tô đến trung tâm, trong đó còn 04 xã có đường ô tô đến trung tâm xã chỉ đi lại được vào mùa khô.

Hệ thống giao thông đường bộ phong phú là nguồn tài nguyên quý giá đối với tuyên truyền và quảng cáo ngoài trời.

1.3.2. Đường không

Tỉnh Điện Biên đã đầu tư Dự án xây dựng mở rộng Cảng hàng không Điện Biên được khởi công từ tháng 1/2022 với tổng mức đầu tư gần 1.470 tỉ đồng, từ nguồn vốn của Tổng công ty Cảng hàng không Việt Nam (ACV) và được khánh thành vào ngày 24/12/2023. Cảng hàng không Điện Biên với đường cất hạ cánh được xoay trục xây mới có chiều dài 2,4 km, rộng 45m, sân quay 2 đầu, sân đậu tàu bay mới với 4 vị trí, đồng bộ kết cấu bê tông xi măng; xây dựng hệ thống đèn tiếp cận CAT I... đảm bảo tiếp thu các loại tàu bay thế hệ mới A320, A321 hoặc tương đương, góp phần nâng cao năng lực vận tải đường không, tăng cường khả năng kết nối của Điện Biên với các tỉnh thành trong cả nước. Mặt khác, đây là sẽ là tiền đề quan trọng để Điện Biên thu hút các nhà đầu tư có năng lực đến tìm hiểu và triển khai các dự án lớn trong lĩnh vực du lịch, thương mại, dịch vụ, là nền tảng cho quảng cáo phát triển.

1.3.3. Đường thủy

Đối với các luồng tuyến: Tuyến vận tải đường thủy nội địa từ Quỳnh Nhai

(Sơn La) đến thị xã Mường Lay (tỉnh Điện Biên) dài 150 km để phục vụ nhu cầu vận tải hàng hóa và hành khách, đặc biệt là du lịch lòng hồ thủy điện Sơn La và thị xã Mường Lay.

Đầu tư xây dựng mới và nâng cấp các cảng, bến thủy nội địa hiện có, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của từng vùng, tổng số 06 cảng, bến bao gồm: Cảng Đồi Cao, Bến thuyền phục vụ du lịch tại Đồi Cao, Chi Luông, Bến thuyền tại khu Cơ Khí, cảng Huổi Xó và cảng Pắc Na.

Hệ thống đường thủy cũng 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.

1.4. Về hạ tầng kỹ thuật

1.4.1. Hệ thống cung cấp điện

Đến tháng 12/2023, trên địa bàn tỉnh có 18 nhà máy thủy điện đang vận hành khai thác, sản lượng điện sản xuất trung bình đạt trên 700 triệu kWh/năm.

Hiện tại trên địa bàn tỉnh có 06 dự án thủy điện đang thi công xây dựng; 18 dự án thủy điện được UBND tỉnh ban hành quyết định chủ trương đầu tư; 16 dự án được UBND tỉnh cho chủ trương nghiên cứu khảo sát, lập dự án đầu tư; 16 dự án thủy điện tiềm năng (dự án ngoài quy hoạch) được UBND tỉnh cho chủ trương nghiên cứu, khảo sát. Các dự án phát triển điện gió được UBND tỉnh chấp thuận cho phép các Nhà đầu tư thực hiện nghiên cứu, khảo sát đề xuất bổ sung quy hoạch 13 dự án điện gió với tổng công suất lắp máy dự kiến 2.200MW.

Hiện nay, tỉnh Điện Biên được cấp điện từ lưới điện quốc gia thông qua 05 trạm biến áp 110kV. Các trạm biến áp 110kV được cấp điện bằng trực đường dây liên kết 110kV mạch kép Lai Châu - Tuần Giáo - Sơn La. Đảm bảo cung cấp điện cho các phụ tải và truyền tải công suất các nhà máy thủy điện trên địa bàn tỉnh. Đến nay lưới điện Quốc gia đã cấp đến 129/129 xã, phường, thị trấn.

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. Hạ tầng viễn thông

Hạ tầng xã hội số tiếp tục được quan tâm phát triển: Mã địa chỉ bưu chính (Vpostcode) dựa trên nền tảng bản đồ số được triển khai đến 99% hộ gia đình; tỷ lệ người dân có điện thoại thông minh đạt trên 70%; 34% dân số có tài khoản thanh toán điện tử với đa dạng các hình thức thanh toán trực tuyến; tỷ lệ người dân được tiếp cận, hướng dẫn, đào tạo và sử dụng bình đẳng các dịch vụ thiết yếu được phổ biến và sử dụng ứng dụng VneID và các tiện ích (sổ sức khỏe điện tử, lý lịch tư pháp, kiến nghị phản ánh, lưu trú, tạm trú, tích hợp giấy tờ như thẻ

Bảo hiểm y tế, giấy phép lái xe;...) ngày càng tăng là nền tảng thuận lợi cho số hóa, chuyển đổi số trong lĩnh vực tuyên truyền, quảng cáo.

Đến nay, toàn tỉnh có 180 điểm phục vụ bưu chính, 115/115 xã có điểm bưu điện văn hóa xã, 67/115 xã có điểm kết nối internet công cộng là những nơi thuận lợi cho hoạt động tuyên truyền; Tổng số thuê bao di động hơn 557 nghìn thuê bao (đạt 86 thuê bao/100 dân), thuê bao Internet băng rộng cố định hơn 69,6 nghìn thuê bao, 50% hộ gia đình có kết nối Internet 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. Mức độ phổ cập điện thoại thông minh, internet và sử dụng dữ liệu trong Nhân dân ngày càng tăng. Hạ tầng số các cơ quan, đơn vị, địa phương trong tỉnh đã được đầu tư xây dựng cơ bản đáp ứng yêu cầu phát triển chính quyền số của tỉnh. Tỷ lệ thuê bao điện thoại thông minh đạt trên 80%; tỷ lệ cáp thôn/bản được phủ sóng di động băng rộng đạt 100%; tỷ lệ hộ gia đình có truy nhập Internet băng rộng cáp quang đạt trên 60%; Trung tâm dữ liệu của tỉnh được xây dựng theo công nghệ điện toán đám mây, tỷ lệ hệ thống thông tin dùng chung cấp tỉnh có sử dụng dịch vụ điện toán đám mây đạt 100%; tỷ lệ người dân có tài khoản sử dụng dịch vụ điện toán đám mây đạt 87%; triển khai công nghệ AI, blockchain, IoT hỗ trợ hiệu quả cho chương trình chuyển đổi số tỉnh.

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 Điện Biên

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển về kinh tế - xã hội, nhu cầu truyền thông, quảng cáo ngày càng gia tăng về hình thức và số lượng. Việc đầu tư cho hoạt động tuyên truyền các sự kiện chính trị, tuyên truyền các chủ trương chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước được các cấp các ngành quan tâm đầu tư; hoạt động quảng cáo nhằm giới thiệu các dịch vụ, sản phẩm, hàng hoá đến người tiêu dùng được các cơ sở sản xuất, kinh doanh quan tâm đầu tư triển khai với nhiều loại hình quảng cáo phong phú, đa dạng.

Từ sau khi Quy hoạch tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên 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.

Tuy nhiên, sau hơn 10 năm triển khai thực hiện Quy hoạch, với sự phát triển nhanh chóng của hệ thống giao thông, nhiều tuyến đường, khu vực đã nâng cấp; nhiều huyện, thị xã thực hiện di dân tái định cư, sáp nhập địa giới hành chính, do đó hiện trạng có nhiều thay đổi nhưng chưa được điều chỉnh trong quy hoạch quảng cáo trước đây dẫn tới các hoạt động đầu tư về quảng cáo gặp nhiều khó khăn, đầu tư cầm chừng, ngắn hạn làm ảnh hưởng tới cảnh quan và sự phát triển kinh tế của tỉnh.

Trong hơn 3 năm dịch COVID-19 xuất hiện và diễn biến phức tạp (2020 - 2022), đã tác động lớn đến hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời. Việc giãn cách xã hội, người dân hạn chế đi ra khỏi nhà dẫn đến hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời bị ảnh hưởng, hạn chế tác dụng. Các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp cũng cắt giảm rất lớn ngân sách cho hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời. Bên cạnh đó, tỉnh Điện Biên đang tích cực chỉnh trang đô thị, hoàn thiện, nâng cấp đường giao thông, công trình xây dựng... chào mừng Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ (07/5/1954 - 07/5/2024), hạ tầng chưa ổn định do đó các phương tiện quảng cáo ngoài trời khó tránh bị ảnh hưởng.

Số liệu khảo sát sơ bộ tuyên truyền, quảng cáo tại tỉnh Điện Biên của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, phòng Văn hóa và Thông tin các huyện, thị xã, thành phố và Công ty TNHH MTV tư vấn Dự án và Quy hoạch hiệu quả, đến hết ngày 31/01/2024, được tổng hợp như sau:

		CĐL	CĐN	BC	CĐ	BT	RV	BR	QCL	DPC	NC	Tổng
Điện Biên Phủ	QĐ685	8	10	3	1960	18	19	94	14	195	19	2340
	Hiện trạng	2	1	3	346	0	0	120	1	0	0	473
Mường Lay	QĐ685	11	10	1	500	6	1	40	7	40	0	616
	Hiện trạng	0	8	1	83	0	0	0	0	0	0	92
Mường Chà	QĐ685	5	3	2	700	30	6	6	1	0	0	753
	Hiện trạng	1	8	4	97	38	0	0	3	0	0	151
Tủa Chùa	QĐ685	8	5	3	350	24	1	18	6	3	0	418
	Hiện trạng	3	61	0	350	0	1	0	0	0	0	415
Điện Biên	QĐ685	23	9	3	45	38	14	20	28	5	0	185
	Hiện trạng	3	10	0	32	0	0	0	4	0	0	49
Mường Ảng	QĐ685	10	6	2	300	20	16	13	8	30	0	405
	Hiện trạng	3	45	0	85	0	0	7	0	0	0	140
Điện	QĐ685	6	5	2	625	28	2	10	4	3	0	685

Biên Đông	Hiện trạng	5	5	1	75	0	0	0	3	0	0	89
Mường Nhé	QĐ685	16	8	2	250	32	9	16	4	31	0	368
	Hiện trạng	3	21	0	56	0	0	0	0	0	0	80
Tuần Giáo	QĐ685	13	7	5	850	28	8	25	19	8	0	963
	Hiện trạng	0	27	0	71	0	0	0	0	0	0	98
Năm Pồ	QĐ685	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hiện trạng	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8

Bảng 1. Số liệu khảo sát thực trạng tuyên truyền, quảng cáo tại tỉnh Điện Biên

2.1. 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 tuyên truyền, pano, áp phích tuyên truyền dùng bằng chất liệu vải, khung tre, nứa, gỗ, xi măng được thay thế 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 điện cao thế, cột điện dọc hai bên đường tại các tuyến quốc lộ hoặc đường phố tại các trung tâm huyện, thị xã, 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.

Các đơn vị trong Ngành Văn hoá và các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể từ

tính đến cơ sở đã tích cực xây dựng hệ thống các bảng, màn hình LED, cụm pa nô, treo băng rôn ở các khu vực trung tâm huyện, thị xã, 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.



Bảng tuyên truyền đường Nguyễn Hữu Thọ trong hàng rào Cảng hàng không



Bảng tuyên truyền cạnh Trung tâm quản lý đất đai huyện Nậm Pồ

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. Cùng với sự tiến bộ của công nghệ màn hình LED, tỉnh Điện Biên cũng quan tâm đầu tư một số màn hình LED tại các vị trí trung tâm như khu vực Sân hành lễ Tượng đài chiến thắng Điện Biên Phủ, Quảng trường thành phố...



Màn hình LED Quảng trường thành phố Điện Biên Phủ



Màn hình LED Sân hành lễ Tượng đài chiến thắng Điện Biên Phủ, thành phố Điện Biên Phủ



Màn hình LED tại Cửa khẩu Tây Trang, huyện Điện Biên

Về hoạt động tuyên truyền, cổ động chính trị, 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 tuyên truyền đối diện trường Trường THPT Trần Can, huyện Điện Biên Đông

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.



Bảng tuyên truyền tại Trạm Y tế xã Thanh Nửa, huyện Điện Biên

Các bảng tuyên truyền cỡ động nhỏ đã phát huy vai trò tuyên truyền cỡ 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.

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.



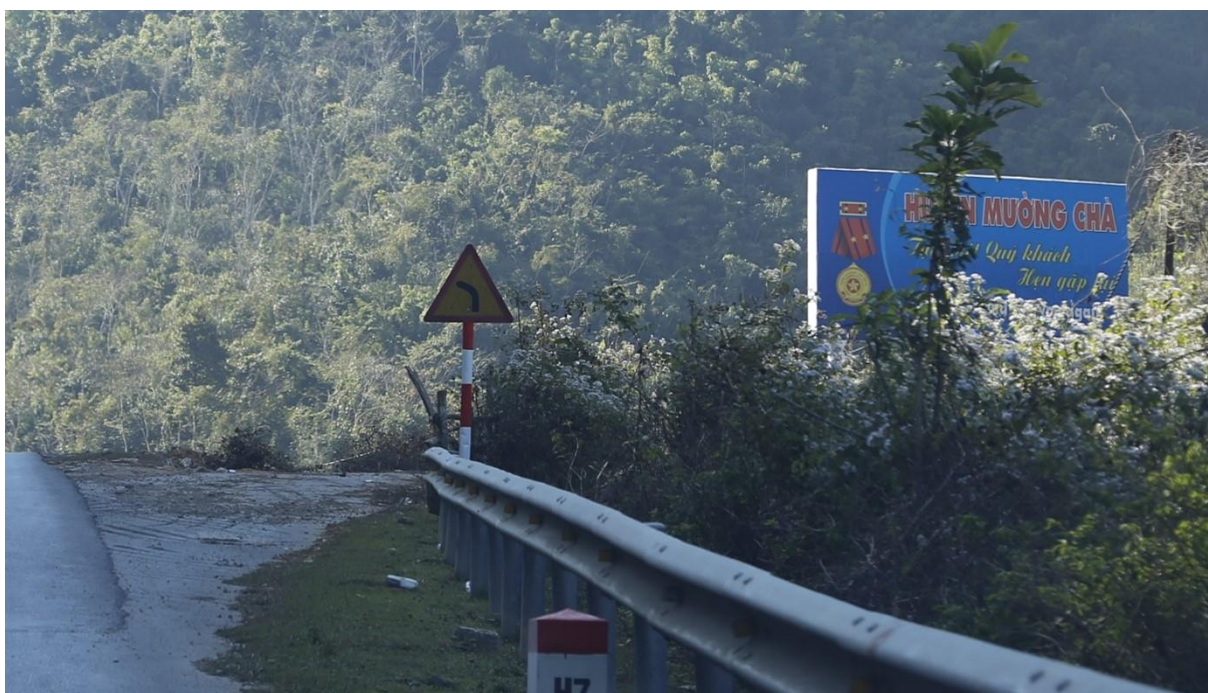
Bảng tuyên truyền ĐT129, huyện Tuá Chua

Tại một số vị trí giáp ranh giữa các huyện đã có lắp dựng các bảng tuyên truyền (bảng chào) bằng các vật liệu thô sơ: khung sắt, mặt bạt hiflex, kích

thước nhỏ khoảng 15 m² - 30 m² chưa thể hiện được sự trang trọng, thẩm mỹ nhưng phần nào phát huy tác dụng, một số vị trí chưa được quan tâm bị cây che khuất, rách, hỏng, vị trí không còn phù hợp với điều kiện phát triển của tỉnh.



Bảng chào thị xã Mường Lay



Bảng chào huyện Mường Chà

Trên các tuyến đường, nhiều bảng tuyên truyền bị lắp 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.



Bảng tuyên truyền ĐT129, huyện Tủa Chùa



Bảng tuyên truyền trước UBND xã Nà Tấu, Quốc lộ 279, Tp. Điện Biên Phủ

Hệ thống trụ cột căng treo băng rôn đã được quan tâm đầu tư lắp đặt, đặc biệt là trên địa bàn thành phố Điện Biên Phủ. Tuy nhiên ở một số nơi vẫn còn sử dụng cột đèn, điện và cây cối để treo phục vụ cho các sự kiện của địa phương, ảnh hưởng đến thẩm mỹ và mất an toàn giao thông. Ngoài ra, theo xu thế chuyển đổi số tích cực diễn ra trên cả nước nói chung và ở tỉnh Điện Biên nói riêng, việc tuyên truyền bằng băng rôn ngang đường đã không còn hiệu quả như trước.



Băng rôn đường trung tâm huyện Tủa Chùa

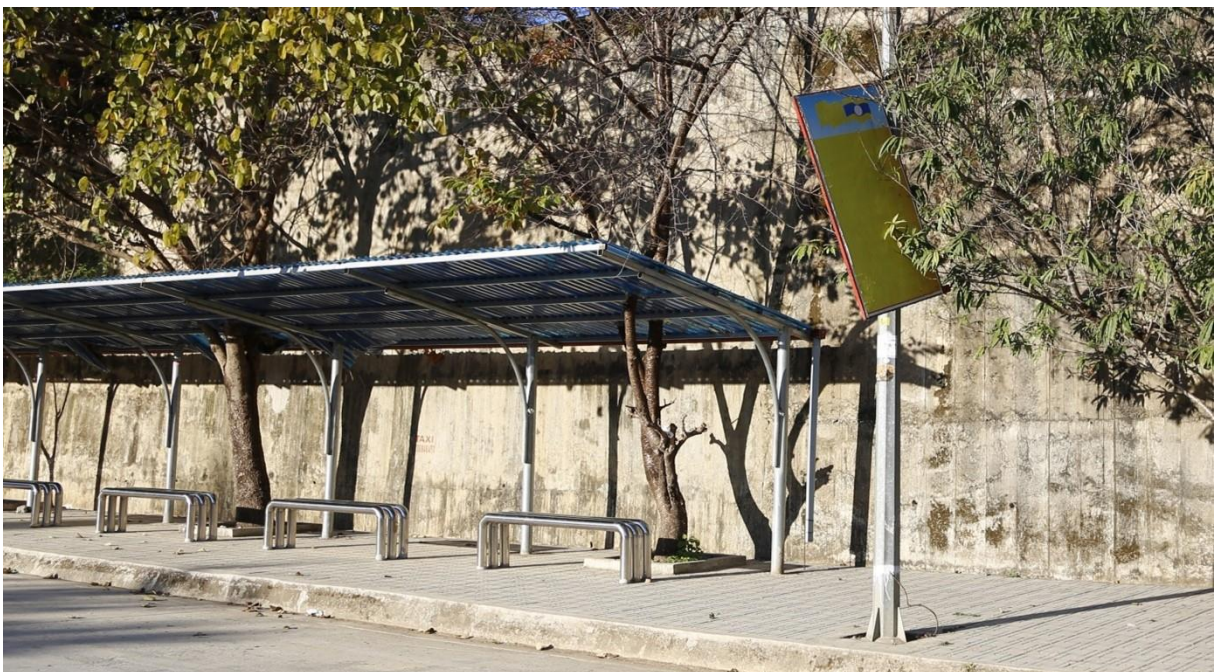


Băng rôn xã Xá Nhè, huyện Tủa Chùa

Các bảng tuyên truyền nhỏ khoảng 1 m² - 2 m² treo lắp tại các cột đèn, cột điện đã phát huy tác dụng trong thời gian vừa qua, tuy nhiên nhiều bảng đã cũ, hỏng, bạc màu gây mất mỹ quan đô thị và ảnh hưởng đến hiệu quả tuyên truyền. Một số bảng đã được UBND các huyện, thị xã, thành phố chỉ đạo bóc, dán lại nội dung tái sử dụng tạm thời, tuy nhiên các móc treo đã gỉ sét, tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn.



Bảng tuyên truyền gắn cột điện, UBND xã Nà Tấu, Tp. Điện Biên Phủ



Bảng tuyên truyền gắn cột đèn tại Cửa khẩu Tây Trang, huyện Điện Biên

Các bảng tuyên truyền tại một số dải phân cách phần lớn được thực hiện dưới hình thức xã hội hóa, doanh nghiệp đầu tư lắp dựng theo vị trí thỏa thuận với cơ quan quản lý, đang áp dụng một trong ba hình thức: hình thức tuyên truyền cổ động và quảng cáo thương mại cùng trên một mặt bảng; hình thức tuyên truyền cổ động và quảng cáo thương mại chia theo từng vị trí; hình thức chia theo thời gian. Nhìn chung các bảng đều có thiết kế thẩm mỹ, chắc chắn đã mang lại vẻ văn minh, hiện đại cho khu vực. Phần lớn các bảng này chỉ phục vụ hiệu quả cho người đi bộ do chữ nhỏ hoặc bị cây, cột đèn trên dải phân cách che khuất.



Bảng trên dải phân cách đường Nguyễn Hữu Thọ, Tp. Điện Biên Phủ

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 còn nhỏ lẻ, chưa theo trật tự, quy mô và trên những vị trí không đồng bộ về cơ sở hạ tầng và chưa thực sự hiệu quả. 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 chưa nhiều, chưa huy động, thu hút được các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia đầu tư; việc tài trợ mới chỉ dừng lại ở một số đề án nhỏ, quy mô nhỏ. Tài trợ cho các hoạt động tuyên truyền lớn còn hạn chế vì các biện pháp khuyến khích chưa đủ hấp dẫn các nhà tài trợ.

2.2. 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.

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 Điện Biên vẫn ở mức khiêm tốn, chủ yếu tập trung tại tuyến Quốc lộ 6, Quốc lộ 279 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

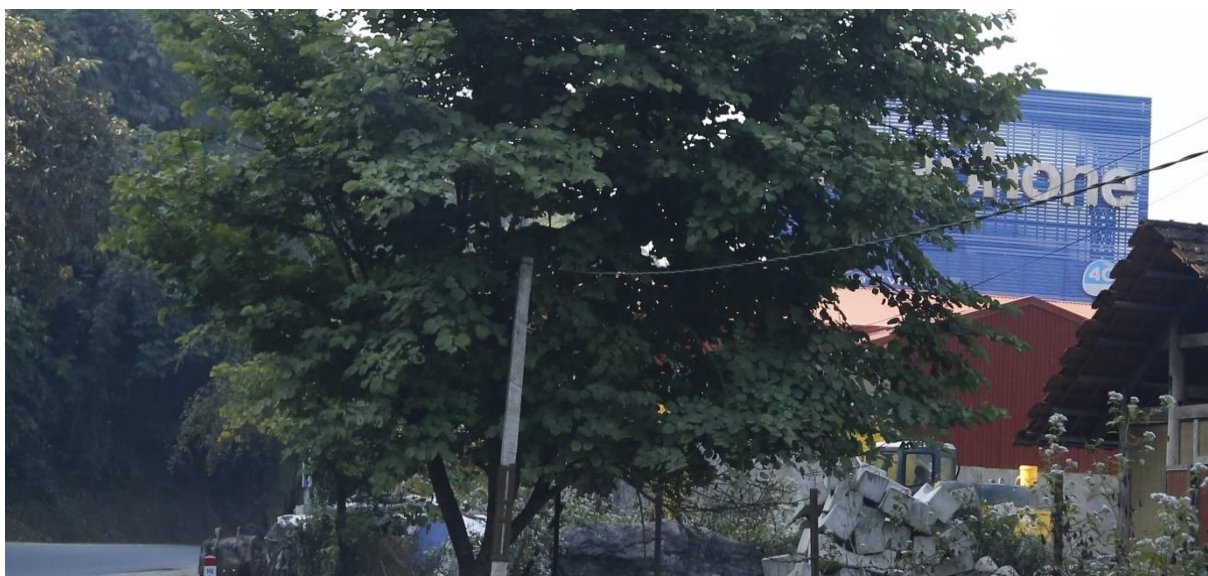
manh sự phát triển của nền kinh tế hàng hoá, tác động làm quá trình sản xuất lưu thông - phân phối tăng nhanh, giải quyết được nhiều việc làm cho người lao động và đóng góp thêm ngân sách cho tỉnh. Hoạt động quảng cáo ngoài trời cũng góp phần giới thiệu sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh đến người dân Điện Biên. 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 băng 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.

Từ năm 2013 đến nay, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tiếp nhận hơn 500 hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo của các cá nhân, tổ chức trong và ngoài tỉnh, tất cả các hồ sơ đều được giải quyết đúng quy định, trả lời tổ chức, cá nhân đúng hoặc trước hạn.

Tuy nhiên, hoạt động quảng cáo ngoài trời tại Điện Biên 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 tro nguyên khung, mặt sắt, bị cây hoặc công trình che khuất không hiệu quả.

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 Quốc lộ 279, Tp. Điện Biên Phủ



Bảng quảng cáo Đường tỉnh 140, huyện Thừa Thiên Huế

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 gắn/ốp công trình Đường tỉnh 145, huyện Nậm Pồ

- Bảng quảng cáo đứng độc lập:

Loại hình quảng cáo đứng độc lập ngoài trời có khoảng 11 bảng trên địa bàn toàn tỉnh, các bảng quảng cáo này phần lớn có hai mặt, chỉ khoảng 5 bảng được thiết kế 1 chân cột, còn lại thiết kế nhiều chân cột, được thực hiện cạnh các tuyến 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 gỉ 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 Quốc lộ 12, huyện Điện Biên



Bảng quảng cáo Quốc lộ 279, Tp. Điện Biên Phủ

- 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 Điện Biên Phủ, 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 Võ Nguyên Giáp, ngã tư vòng xuyên Tượng đài chiến thắng Điện Biên Phủ

- Quảng cáo bằng màn hình điện tử:

Màn hình điện tử chuyên quảng cáo chưa được đầu tư bài bản, chủ yếu dưới hình thức trang trí áp công trình nhà ở, quảng cáo tại chỗ, một phần do chi phí đầu tư và duy tu bảo dưỡng cao, 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,...

- Quảng cáo bằng băng rôn, cờ phướn, rao vặt:

Từ khi có Luật Quảng cáo đến năm 2023, Sở Văn hoá và Thể thao và Du lịch thực hiện việc tiếp nhận các thông báo sản phẩm quảng cáo của các đơn vị, doanh nghiệp, cá nhân thực hiện quảng cáo trên địa bàn tỉnh. 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, cột điện vi phạm nghiêm trọng hành lang an toàn lưới điện.

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 thành phố lớn. 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 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 hiện đang có chủ yếu là các vị trí xã hội hóa thực hiện theo đề án xã hội hóa tuyên truyền trên dải phân cách do UBND tỉnh phê duyệt.

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

Trong những năm qua, việc thực hiện Quyết định số 685/QĐ-UBND ngày 03/8/2012 về việc phê duyệt Đề án Quy hoạch tuyên truyền quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên đến năm 2020 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.

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.

Một số vị trí được phê duyệt trong Đề án Quy hoạch tuyên truyền quảng cáo ngoài trời tỉnh Điện Biên đến năm 2020 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. Các bảng tuyên truyền, quảng cáo cỡ lớn chưa được quan tâm đầu tư, các vị trí quy hoạch quảng cáo rao vặt miễn phí chưa được thực hiện. Trong đó, tỉnh đặc biệt chú trọng đầu tư bảng tuyên truyền tầm nhỏ (lắp trên cột đèn, cột điện) trên địa bàn toàn tỉnh theo Đề án "Kỷ niệm 60 năm chiến thắng Điện Biên Phủ với số lượng 3.500 bảng, tuy nhiên, hiện nay các bảng đã cũ, gỉ... và đã được các huyện, thị xã, thành phố, tháo dỡ, thay thế phần lớn.

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.

2.4. Những tồn tại, hạn chế cần khắc phục

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; hình thức, chất liệu thô sơ; nội dung chưa được chú ý đúng mức, chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra.

- Nhiều bảng tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời cũ, hỏng, bị che khuất, độ cao thấp, mật độ dày đặc, 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; phần lớn các bảng rôn đều chỉ được in một mặt, khi treo lên mặt sau không có nội dung gây thiếu thẩm mỹ.

- Việc áp dụng công nghệ hiện đại trong tuyên truyền, quảng cáo còn hạn chế chưa tương xứng với tốc độ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tỉnh Điện Biên hiện chưa có nhiều hình thức quảng cáo với công nghệ hiện đại như: Quảng cáo bằng màn hình điện tử LED, LCD; bảng hộp chuyên hình, bảng đèn Neon Sign, bảng nan chớp lật (Trivision), bảng LED 3D... Đa số các loại bảng, biển có hình thức và kiểu dáng cũ do xây dựng từ nhiều năm trước, hình thức không hấp dẫn, đơn điệu, kém hiệu quả, rất ít bảng quảng cáo có quy mô lớn, hiện đại.

- 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.

2.5. Nguyên nhân, nội dung cần điều chỉnh, bổ sung

- Việc 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.

- 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.

- Tỉnh Điện Biên 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.

- Chuyển đổi số đang ảnh hưởng lớn đến hoạt động tuyên truyền quảng cáo ngoài trời, đặc biệt ảnh hưởng đến quảng cáo rao vặt.

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 bằng 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 Điện Biên. 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, góc 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. Dạng 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 bảng 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 cũng đang là xu hướng được các nhà quảng cáo áp dụng.

V. NGUYÊN TẮC, MỤC TIÊU QUY HOẠCH

1. Nguyên tắc

- Việc lập Quy hoạch 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.

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

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

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

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

- Tại các điểm tiếp giáp giữa các tỉnh, thành phố: các bảng quảng cáo được thiết kế kỹ lưỡng, bảo đảm tính thẩm mỹ, sử dụng chất liệu bền vững. Kiểu dáng, kích thước thống nhất.

- 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.

- Ưu tiên kế thừa các vị trí quảng cáo phù hợp với quy hoạch đã có trước.

- Đáp ứng nhu cầu tuyên truyền, xã hội hóa, quảng cáo của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trên địa bàn tỉnh.

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

2. Mục tiêu

2.1. Mục tiêu chung

Lập Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035 nhằm các mục tiêu chính sau:

- Hình thành hệ thống tuyên truyền đồng bộ, phục vụ nhiệm vụ chính trị; Hoàn chỉnh hệ thống bảng quảng cáo ngoài trời một cách đồng bộ, đúng quy định, kích thước, kiểu dáng, đảm bảo an toàn, mỹ quan; thúc đẩy kinh tế - xã hội của địa phương phát triển.

- Xác định vị trí đất đai, không gian sử 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 có thẩm quyền cấp hoặc cho thuê đất để sử dụng lâu dài.

- Tạo cơ sở pháp lý cho công tác quản lý nhà nước, thúc đẩy xã hội hóa các hoạt động văn hóa - thông tin trên địa bàn tỉnh về lĩnh vực tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời góp phần nâng cao hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Rà soát 100% các vị trí bảng tấm lớn (Theo Quyết định số 685/QĐ-UBND ngày 03/8/2012 của UBND tỉnh Điện Biên), rà soát theo tuyến đường các bảng tấm nhỏ, các vị trí quảng cáo tấm lớn phát sinh, khảo sát đánh giá một số bảng tin tại các nhà văn hóa...

- 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 và các khu đô thị.

- 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 tháo gỡ đối với các bảng quảng cáo ngoài trời có từ trước khi quy hoạch được phê duyệt và hướng xử lý với các bảng quảng cáo ngoài trời không đúng 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 TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐIỆN BIÊN 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, thị xã, thành phố; xã, phường, thị trấn;

- Một số điểm nút giao thông quan trọng;

- Khu trung tâm văn hoá, thể thao, khu vui chơi giải trí; trung tâm thương mại...;

- Tại các điểm ranh giới tiếp giáp hành chính giữa các tỉnh, các huyện, thị xã, thành phố, xã, phường, thị trấn; các khu du lịch;
- Tại các cửa khẩu, lối mở giữa tỉnh Điện Biên với Lào, Trung Quốc;
- Gắn/ốp công trình: Công chào, cột điện, cột đèn, cột ăng ten trạm thu phát sóng thông tin di động BTS...

1.2. Xác định vị trí tuyên truyền của các phương tiện cụ thể

a) 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.

- ❖ Vị trí chi tiết: Danh sách vị trí quy hoạch: QHQC tỉnh Điện Biên
- ❖ Bản đồ quy hoạch vị trí: QHQC tỉnh Điện Biên
- ❖ Ảnh phối cảnh vị trí quy hoạch: QHQC tỉnh Điện Biên

Thống kê vị trí

Đơn vị hành chính	TT	TTQC	TTBR	Tổng
Điện Biên Phủ	5	109	269	383
Mường Lay	1	27	255	283
Mường Chà	1	25	216	242
Tùa Chùa	5	19	225	249
Điện Biên	6	40	230	276
Mường Ảng	0	40	200	240
Điện Biên Đông	1	27	212	240
Mường Nhé	0	28	224	252
Tuần Giáo	0	25	224	249
Nậm Pồ	0	43	224	267
Tổng	19	383	2279	2681

Tuyến đường	TT	TTQC	TTBR	Tổng
NT	8	210	2105	2323
QL.6	0	14	0	14
QL.12	3	39	28	70
QL.279	1	34	42	77
QL.279B	0	1	0	1
QL.279C	1	13	0	14
QL.48	0	3	0	3
QL.4H	0	24	0	24
QL.4H2	0	4	0	4
ĐT.131	0	3	0	3
ĐT.139	0	2	0	2
ĐT.140	3	8	25	36
ĐT.141B	0	1	0	1
ĐT.142	1	2	25	28
ĐT.143	0	4	0	4
ĐT.144	0	1	0	1
ĐT.145	0	9	24	33
ĐT.145B	0	6	0	6
ĐH	1	1	30	32
TC.02	1	3	0	4
TC.03	0	1	0	1
Tổng	19	383	2279	2681

Bảng 2. Thống kê các vị trí tuyên truyền

b) Vị trí phương tiện tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo dưới 40 m²/mặt: 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 thông báo cho UBND cấp huyện tổng hợp có phương án giám sát đảm bảo kiến trúc cảnh quan, an toàn giao thông.

c) 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. Đối với băng rôn ngang qua đường, chiều cao tính từ điểm cao nhất của mặt đường đến mép dưới của băng rôn tối thiểu là 4,75m.

d) 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 Trần Đăng Ninh, khu vực Vòng xuyên Tượng đài Chiến thắng Điện Biên Phủ.

2.2. Quy định cho các phương tiện quảng cáo

- ❖ Vị trí chi tiết: Danh sách vị trí quy hoạch: QHQC tỉnh Điện Biên
- ❖ Bản đồ quy hoạch vị trí: QHQC tỉnh Điện Biên
- ❖ Ảnh phối cảnh vị trí quy hoạch: QHQC tỉnh Điện Biên

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 theo đặt hàng.

- Kiểu dáng: Một trụ cột hoặc hai trụ cột; một mặt, hai mặt hoặc ba mặt bảng.

- 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 quy định của Luật Xây dựng. 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
Điện Biên Phủ	21	21	NT	4	4
Mường Lay	0	0	QL.12	12	12
Mường Chà	2	2	QL.279	15	15
Tủa Chùa	6	6	ĐT.140	5	5
Điện Biên	18	18	ĐT.141	1	1
Mường Ảng	1	1	ĐT.141B	10	10
Điện Biên Đông	0	0	ĐT.143	2	2
Mường Nhé	0	0	ĐH	1	1
Tuần Giáo	3	3	TC.03	1	1
Nậm Pồ	0	0			
Tổng	51	51	Tổng	51	51

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 Điện Biên

- 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 $\pm 100m$.

+ 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: $\leq 30m^2$

- 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 $\pm 80m$.

+ 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: $\leq 20 m^2$

- 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 $\pm 50m$.

+ 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: $\leq 20m^2$

2.2.1.2.2. Tuyến đường trong đô thị:

* Khoảng cách an toàn đối với cầu:

Theo chiều dọc cầu tính từ đuôi mô 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 Điện Biên

(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:

+ Kích thước: Diện tích mặt bằng không quá $200 \text{ m}^2/\text{mặt}$. 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: $\leq 30 \text{ m}^2$

- 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 $\leq 60 \text{ m}^2/\text{mặt}$. 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: $\leq 20 \text{ m}^2$

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 $\leq 200 \text{ m}^2/\text{mặt}$. 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...

+ Vị trí: Trong khuôn viên trung tâm. 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, 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, khu đất đang được cấp quyền sử dụng của cá nhân, tổ chức

+ Vị trí: Trong khuôn viên khu đất đang được cấp quyền sử dụng cho cá nhân, tổ chức.

+ Kích thước: Diện tích mặt bảng $\leq 200 \text{ m}^2/\text{mặt}$. 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: $\leq 30 \text{ m}^2$

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.

+ 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 gắn, 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, thuần 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 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.

- Nội dung: Quảng cáo thương mại. “Mã hồ sơ:...” trên Giấy tiếp nhận hồ sơ và hẹn trả kết quả phải được ghi ở góc dưới, phía bên phải của bảng rôn sau khi tổ chức, cá nhân được tiếp nhận hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo.

- 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: 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 (phướn)

- Vị trí: Có thể treo trên cột độc lập 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.

- Nội dung: Quảng cáo thương mại. “Mã hồ sơ:...” trên Giấy tiếp nhận hồ sơ và hẹn trả kết quả phải được ghi ở góc dưới, phía bên phải của bảng rôn sau khi tổ chức, cá nhân được tiếp nhận hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo.

- 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: 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: 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.

- 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:

+ Vị trí đặt ngoài trời: Màn hình LED (Light Emitting Diode - Đi-ốt phát sáng), LCD (Liquid crystal display - Màn hình tinh thể lỏng) và các hình thức tương tự là một dạng chất liệu thiết kế nên mặt bảng quảng cáo. 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.

+ Vị trí đặt trong nhà: Treo đặt tại phía trong các trung tâm thương mại, trung tâm văn hoá - thể thao đa năng, siêu thị, chợ, khách sạn, nhà hàng, sân golf, sân tennis, bệnh viện, nhà ga tàu hoả, nhà ga hàng không, bến xe, bến tàu, toà nhà cao ốc, thang máy.

- 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 (Light 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.

- 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

- 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.

- 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.

- 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 biểu hiệu phải tuân thủ theo quy định tại Điều 18 Luật Quảng cáo năm 2012.

VII. DỰ KIẾN, ĐỀ XUẤT

- Nhu cầu đất cho lắp dựng hệ thống quảng cáo là 1.306m², tùy thuộc nhu cầu lắp dựng quảng cáo của các doanh nghiệp, cá nhân thực hiện trong giai đoạn 1 và giai đoạn 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 doanh nghiệp, cá nhân đầu tư.

Các vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng các bảng màn hình LED

DỰ ÁN	STT	KÝ HIỆU	VỊ TRÍ	DIỆN TÍCH ĐẤT SỬ DỤNG (M ²)	SỐ LƯỢNG
Dự án lắp dựng một số bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo (lắp màn hình LED)	1	ĐBP01TTQC	NT Đường Hoàng Anh, cạnh cổng vào Bến xe khách thành phố Điện Biên Phủ, sát hàng rào	16	1
	2	ĐBP02TTQC	NT Đường Võ Nguyên Giáp, Quảng trường Tp. Điện Biên Phủ, gần giữa cạnh Đông Bắc	16	1
	3	ĐBP04TTQC	NT Đường 7/5, dải phân cách, bảng LED hoặc hộp đèn, dựng chính giữa hoặc so le trên dải phân cách (nếu dựng so le có thể tăng số lượng gấp đôi)	4	17
	4	ĐBP07TTQC	NT Ngã ba đường Nguyễn Hữu Thọ - Trần Đăng Ninh, đảo giao thông, LED tròn	4	1
	5	ĐBP13TTQC	NT Ngã tư đường Hoàng Công Chất giao Đường Hoàng Đạo Thúy, góc Tây Bắc, sát tường Trường Cao đẳng Y tế Điện Biên	16	1
	6	ĐBP16TTQC	NT Đường 7/5, cổng vào Công viên, góc Đông Nam cổng, cách cổng	16	1

			khoảng 20m		
7	ĐBP17TTQC	NT	Đường 7/5, Công viên, Công phía gần quảng trường thành phố, góc Đông Nam công, cách công khoảng 10m	16	1
8	ĐBP19TTQC	NT	Quảng trường 7/5, góc Đông Nam	16	1
9	ML07TTQC	NT	Trên vỉa hè, đối diện Đài phun nước trung tâm Thị xã Mường Lay	16	1
10	ML09TTQC	NT	Góc Tây Bắc khu sân khấu đường Đường 12 Tháng 12	16	1
11	MC08TTQC	NT	Trong sân Trung tâm Hội nghị Văn hóa huyện Mường Chà	16	1
12	TC15TTQC	NT	Sân vận động Tòa Chùa, góc Bắc	16	1
13	TC18TTQC	NT	Trên vỉa hè, sát tường chợ trung tâm Tòa Chùa, ngay chỗ bằng Ngã tư Thống Nhất	16	1
14	ĐB03TTQC	NT	Quảng trường trung tâm huyện Điện Biên	16	2
15	ĐB12TTQC	QL.279	Bên trong Cửa khẩu Tây Trang, bên trái hướng Điện Biên	16	1
16	MA26TTQC	NT	Màn hình LED, khu vực Hồ điều hoà của thị trấn Mường Ảng	16	1
17	MA10TTQC	NT	Sân vận động thị trấn Mường Ảng	16	1
18	ĐBĐ09TTQC	NT	Ngã tư công chào phía Nam TT Điện Biên Đông	16	1
19	MN01TTQC	NT	Quảng trường huyện Mường Nhé, hai bên sân khấu, góc Bắc và góc Đông quảng trường	16	2
20	TG05TTQC	NT	Trong Công viên huyện Tuần Giáo	16	1
21	TG06TTQC	NT	Quảng trường huyện Tuần Giáo	16	2

22	NP14TTQC	NT	Quảng trường phía trước UBND huyện Nậm Pồ	16	1
Tổng				328 m²	41

Bảng 4. Các vị trí ưu tiên đầu tư lắp dựng các bảng màn hình LED

VIII. LỘ TRÌNH THỰC HIỆN

1. Phân kỳ thực hiện

Để thực hiện Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên giai 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 2026)

- 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.

- 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.

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

- Xây dựng điểm các loại hình có trong quy hoạch.

- Lập dự án đầu tư thực hiện các hạng mục ưu tiên: Một số bảng tuyên truyền, bảng màn hình LED....

- 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 đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực cho cán bộ quản lý văn hóa, thanh tra văn hóa trên toàn tỉnh về quảng cáo.

- 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 truyền thông trên đài, báo, internet về các quy định của pháp luật về quảng cáo, quy hoạch quảng cáo.

- Sơ kết, đánh giá thực hiện Quy hoạch giai đoạn này nhằm rút ra những bài học kinh nghiệm.

- Dự kiến nhu cầu vốn thực hiện giai đoạn 1 đối với các vị trí tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo ≈ 30 tỷ đồng.

b) Giai đoạn 2: Thực hiện (từ năm 2026 đến năm 2028)

- 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, 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.

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

- 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.

- Sơ kết, đánh giá thực hiện Quy hoạch giai đoạn này nhằm rút ra những bài học kinh nghiệm.

- Dự kiến nhu cầu vốn thực hiện giai đoạn 2 đối với các vị trí tuyên truyền, tuyên truyền kết hợp quảng cáo: 26,23 tỷ đồng.

c) Giai đoạn 3: Hoàn thiện và định hướng thời kỳ tiếp theo (từ năm 2028 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).

- 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.

- Hoàn thiện thực hiện quy hoạch quảng cáo theo công nghệ hiện đại, tiên tiến.

- 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.

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

- Hoàn thành thực hiện quy hoạch đến năm 2030.

2. Lộ trình thực hiện

STT	Nội dung công việc	Thời gian (Từ ngày Quy hoạch được phê duyệt)
1	Công bố Quy hoạch.	Tháng thứ 1
2	Tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn triển khai Quy hoạch; Xúc tiến thương mại quảng cáo.	Tháng thứ 1 - Tháng thứ 12
3	Rà soát, sắp xếp lại những vị trí tuyên truyền, quảng cáo không phù hợp với Quy hoạch.	Tháng thứ 1 - tháng thứ 12
4	Xây dựng phương án duy tu bảo dưỡng các bảng tuyên truyền cố động đang sử dụng đạt yêu cầu mỹ quan, an toàn; tháo dỡ, di dời với các bảng đang làm mất mỹ quan, an toàn trình UBND tỉnh xem xét quyết định.	Tháng thứ 1 - Tháng thứ 12
5	Thông báo và tháo dỡ các vị trí quảng cáo không nằm trong Quy hoạch.	Tháng thứ 1 - tháng thứ 4
6	Xây dựng phương án kêu gọi xã hội hóa trình UBND tỉnh xem xét quyết định.	Tháng thứ 1 - tháng thứ 12
7	Xã hội hóa lắp dựng hệ thống bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo.	Từ khi Quy hoạch được phê duyệt đến năm 2030
8	Khai thác các vị trí nằm trong Quy hoạch theo quy định hiện hành.	Từ khi Quy hoạch được phê duyệt đến năm 2030

Bảng 5. Lộ trình thực hiện Quy hoạch

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, thị xã, 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, kết hợp quảng cáo thương mại

- 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 Điện Biên giai đoạn 2030 - 2035, tiếp tục khảo sát điều chỉnh, bổ sung các vị trí tuyên truyền, 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.

2. Đối với hệ thống quảng cáo thương mại

- 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 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, thị xã, thành phố thực hiện triển khai Quy hoạch đúng lộ trình đặt ra.

1. Các giải pháp chủ yếu thực hiện Quy hoạch

a) 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 Điện Biên 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. Nếu cần có thể thiết lập đường dây nóng 24/24 để giải đáp kịp thời và miễn phí cho tất cả cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân quan tâm đến Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Điện Biên đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

+ 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, đề 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 Điện Biên 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 để yêu cầu tháo dỡ theo quy định.

b) 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. Nếu như tỉnh cần sử dụng hệ thống tuyên truyền để quảng bá cho phát triển du lịch và (hoặc) các mục tiêu khác thì bố trí ngân sách để thực hiện.

- 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, thị xã, thành phố 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.

c) 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.

- Tại các khu đô thị mới, các vị trí thay thế cột đèn chiếu sáng mới có thể nghiên cứu sản xuất cột đèn 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.

2. 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 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 Điện Biên	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương, đơn vị, cá nhân liên quan	2024 - 2025	0,125
2	Xúc tiến thương mại quảng cáo Điện Biên	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	2024 - 2025	0,273
3	Dự án lắp dựng một số bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo	Lắp đặt hệ thống bảng xã hội hóa (kết hợp giữa tuyên truyền cổ động và quảng cáo thương mại)	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương	2024 - 2025	47,071
Tổng kinh phí ưu tiên đầu tư						47,469

Bảng 6. Các dự án ưu tiên đầu tư

XI. DỰ TOÁN KINH PHÍ

Nguồn kinh phí thực hiện: Được bố trí từ nguồn vốn đầu tư công; 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: **12.166.453.439** 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 gồm ước tính: **220.354.527.502** đồng, trong đó tối thiểu 80% vốn xã hội hóa từ doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân; tối đa 20% từ nguồn vốn đầu tư công.

- Nhu cầu vốn cho các hình thức quảng cáo ngoài trời ước tính: **43.181.188.825** đồng. Trong đó: 100% vốn đầu tư của doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân và các nguồn vốn hợp pháp khác.

TT	Thành phần kinh phí	Thành tiền (đồng)
	Công bố quy hoạch (đã được phê duyệt theo đề cương dự toán quy hoạch)	
	Tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn triển khai quy hoạch	125.070.000
1	Tập huấn cho cán bộ Văn hóa các huyện, thị xã, thành phố	56.660.000
	<i>Người chủ trì (1 người x 1.000.000 đồng/buổi = 1.000.000 đồng)</i>	<i>1.000.000</i>
	<i>Báo cáo viên trình bày (5 báo cáo x 1.000.000 đồng/báo cáo = 5.000.000 đồng)</i>	<i>5.000.000</i>
	<i>Thành viên tham gia hội thảo (150 người x 100.000 đồng/người = 15.000.000 đồng)</i>	<i>15.000.000</i>
	<i>Nước uống trong hội thảo (150 người x 15.000 đồng/người = 2.250.000 đồng)</i>	<i>2.250.000</i>
	<i>Lễ tân (6 người x 200.000 đồng/người = 1.200.000 đồng)</i>	<i>1.200.000</i>
	<i>Phục vụ (3 người x 70.000 đồng/người = 210.000 đồng)</i>	<i>210.000</i>
	<i>Tài liệu (160 bộ x 100.000 đồng/bộ = 16.000.000 đồng)</i>	<i>16.000.000</i>
	<i>Thuê hội trường (1 ngày)</i>	<i>15.000.000</i>
	<i>Thuê máy chiếu, màn chiếu (1 ngày)</i>	<i>1.000.000</i>
2	Tập huấn cho các doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo, kẻ biển cắt chữ	68.410.000
	<i>Người chủ trì (1 người x 1.000.000 đồng/buổi = 1.000.000 đồng)</i>	<i>1.000.000</i>
	<i>Báo cáo viên trình bày (5 báo cáo x 1.000.000 đồng/báo cáo = 5.000.000 đồng)</i>	<i>5.000.000</i>
	<i>Thành viên tham gia hội thảo (200 người x 100.000</i>	

	<i>đồng/người = 15.000.000 đồng)</i>	20.000.000
	<i>Nước uống trong hội thảo (200 người x 15.000 đồng/người = 2.250.000 đồng)</i>	3.000.000
	<i>Lễ tân (6 người x 200.000 đồng/người = 1.200.000 đồng)</i>	1.200.000
	<i>Phục vụ (3 người x 70.000 đồng/người = 210.000 đồng)</i>	210.000
	<i>Tài liệu (220 bộ x 100.000 đồng/bộ = 16.000.000 đồng)</i>	22.000.000
	<i>Thuê hội trường (1 ngày)</i>	15.000.000
	<i>Thuê máy chiếu, màn chiếu (1 ngày)</i>	1.000.000
	Xúc tiến thương mại quảng cáo	272.920.000
.1	Xây dựng video 15 phút giới thiệu về thị trường quảng cáo Điện Biên (nội dung giới thiệu sự phát triển kinh tế xã hội, phát triển du lịch, phát triển giao thông, quảng cáo...)	150.000.000
.2	Tổ chức tiếp xúc, xúc tiến quảng cáo mời các doanh nghiệp quảng cáo trên cả nước tham quan, giao lưu quảng cáo tại Điện Biên	122.920.000
	Chi phí tổ chức hội nghị 150 người	61.460.000
	<i>Người chủ trì (1 người x 1.000.000 đồng/buổi = 1.000.000 đồng)</i>	1.000.000
	<i>Thư ký hội nghị (2 người x 300.000 đồng/buổi = 600.000 đồng)</i>	600.000
	<i>Báo cáo viên trình bày tại hội nghị (6 báo cáo x 1.000.000 đồng/báo cáo = 6.000.000 đồng)</i>	6.000.000
	<i>Thành viên tham gia hội nghị (150 người x 100.000 đồng/người = 15.000.000 đồng)</i>	15.000.000
	<i>Nước uống trong hội nghị (150 người x 15.000 đồng/người = 2.250.000 đồng)</i>	2.250.000

	<i>Lễ tân (6 người x 200.000 đồng/người = 1.200.000 đồng)</i>	<i>1.200.000</i>
	<i>Phục vụ (3 người x 70.000 đồng/người = 210.000 đồng)</i>	<i>210.000</i>
	<i>Tài liệu (160 bộ x 20.000 đồng/bộ = 3.200.000 đồng)</i>	<i>3.200.000</i>
	<i>Thuê hội trường (1 ngày)</i>	<i>10.000.000</i>
	<i>Thuê máy chiếu, màn chiếu (1 ngày)</i>	<i>2.000.000</i>
	<i>Thuê xe đưa khách mời đi tham quan quảng cáo ngoài trời</i>	<i>20.000.000</i>
	Trang thiết bị phục vụ quản lý quy hoạch	50.000.000
.1	Trang bị máy đo khoảng cách và chiều cao (2 máy x 15.000.000/máy = 30.000.000 đồng)	30.000.000
.2	Máy ảnh	20.000.000
	Lắp dựng bảng tuyên truyền	12.166.453.439
	Lắp dựng bảng tuyên truyền kết hợp quảng cáo	220.354.527.502
	Lắp dựng bảng quảng cáo	43.181.188.825
	Tổng cộng (1 đến 7)	276.150.159.767

Bảng 7. Dự toán kinh phí thực hiện quy hoạch

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.

Xây dựng trình Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành “*Quy chế quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh*”.

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.

Lập dự án đầu tư thực hiện các hạng mục ưu tiên: một số Bảng tuyên truyền, bảng màn hình LED...

Tham mưu cho UBND tỉnh thành lập đoàn thanh tra, kiểm tra liên ngành 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; tập huấn về nghiệp vụ quản lý trong hoạt động quảng cáo.

Thực hiện giải quyết thủ tục hành chính theo thẩm quyền và tham mưu cho UBND tỉnh giải quyết thủ tục hành chính lĩnh vực quảng cáo theo quy định.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan xây dựng phương án tuyên truyền kết hợp quảng cáo (theo hình thức xã hội hóa), trình UBND tỉnh quyết định.

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, thị xã, thành phố về công tác quản lý nhà nước hoạt động quảng cáo tại địa phương.

Chủ trì phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh xây dựng quy chế đấu thầu không gian công cộng và tài sản công đưa vào hoạt động quảng cáo.

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, thị xã, 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, thị xã, 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, thị xã, 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, thị xã, 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, thị xã, 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 Điện Biên 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, thị xã, thành phố, các cơ quan, đơn vị liên quan giải quyết và xử lý theo quy định.

Phối hợp với Công ty Điện lực Điện Biên, các đơn vị liên quan tạo điều kiện cung cấp điện cho các bảng tuyên truyền, quảng cáo 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 Điện Biên.

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 dự án các công trình dân dụng và công nghiệp tỉnh Điện Biên

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, Quyết định số 37/2019/QĐ-UBND ngày 29/7/2021 của UBND tỉnh Điện Biên ban hành quy định về cấp giấy phép xây dựng, quản lý trật tự xây dựng và quản lý an toàn lao động trong thi công xây dựng trên địa bàn tỉnh Điện Biên 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, thị xã, 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.

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

QHQC tỉnh Điện Biên

- 1) BẢN ĐỒ HIỆN TRẠNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI
- 2) BẢN ĐỒ VỊ TRÍ QUY HOẠCH
- 3) THIẾT KẾ SƠ BỘ, KIỂU DÁNG MỘT SỐ LOẠI HÌNH QUẢNG CÁO
- 4) HỒ SƠ PHỐI CẢNH CÁC VỊ TRÍ TUYÊN TRUYỀN, QUẢNG CÁO
- 5) THỐNG KÊ CÁC VỊ TRÍ QUY HOẠCH VÀ TỌA ĐỘ ĐỊNH VỊ TOÀN CẦU (GPS)
- 6) DỰ TOÁN THỰC HIỆN QUY HOẠCH

