

BỘ VĂN HÓA - THÔNG
TIN
Số: 44/2003/TT-BVHTT

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 16 tháng 7 năm 2003

THÔNG TƯ

**Hướng dẫn thực hiện nghị định số 24/2003/NĐ –CP ngày 13 tháng 3 năm 2003
của**

Chính phủ quy định chi tiết thi hành pháp lệnh quảng cáo

-
- Căn cứ vào Pháp lệnh Quảng cáo số 39/2001/PL-UBTVQH10 ngày 16 tháng 11 năm 2001;
 - Căn cứ vào Nghị định số 24/2003/NĐ- CP ngày 13 tháng 3 năm 2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Quảng cáo;
 - Căn cứ vào Nghị định số 63/2003/NĐ- CP ngày 11 tháng 6 năm 2003 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hoá - Thông tin;
 - Bộ Văn hoá -Thông tin hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13 tháng 3 năm 2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Quảng cáo như sau:

MỤC I

NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG

1. Tổ chức, cá nhân hoạt động quảng cáo phải tuân thủ các quy định của Pháp lệnh Quảng cáo; Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13 tháng 3 năm 2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Quảng cáo (sau đây gọi tắt là Nghị định số 24/2003/NĐ-CP); các quy định cụ thể tại Thông tư này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.
2. Một số từ ngữ trong Nghị định số 24/2003/NĐ- CP được hiểu như sau:

- a) Nơi làm việc của các cơ quan nhà nước là trụ sở của cơ quan nhà nước các cấp; tổ chức chính trị, chính trị - xã hội; doanh trại công an, quân đội;
- b) Quảng cáo có diện tích lớn tại các đô thị là các quảng cáo được thể hiện dưới hình thức bảng, biển, pa-nô và các hình thức tương tự bằng các chất liệu khác nhau có diện tích một mặt từ 40 m² (mét vuông) trở lên;
- c) Hoạt động có xác định thời gian là hoạt động có xác định rõ thời gian bắt đầu và thời gian kết thúc như hội chợ, triển lãm, hội thi, hội diễn và các hoạt động khác;
- d) Các hình thức tương tự bảng, biển, pa-nô, băng-rôn là bạt che, phướn, các vật thể, hình khối và các hình thức khác thể hiện sản phẩm quảng cáo;
- đ) Nơi công cộng là những nơi có nhiều người qua lại hoặc tham gia hoạt động như chợ, nhà hàng, bến tàu, bến xe, nhà ga, quảng trường, khu du lịch, nơi hoạt động văn hoá thể thao, vui chơi giải trí, các điểm giao cắt của các trục đường lớn;
- e) Tác phẩm chính trị bao gồm văn kiện, nghị quyết, chỉ thị của Đảng; sách kinh điển về Chủ nghĩa Mác- Lê Nin và Tư tưởng Hồ Chí Minh; sách nghiên cứu lý luận chính trị; sách lịch sử và nghiên cứu về lịch sử; sách viết về các đồng chí lãnh đạo cao cấp của Đảng, Nhà nước; sách hồi ký cách mạng; sách về văn bản quy phạm pháp luật; sách tuyên truyền pháp luật; sách giáo dục truyền thống; sách hướng dẫn nghiệp vụ của các tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội;
- g) Dùng âm thanh gây tiếng ồn vượt quá độ ồn cho phép theo tiêu chuẩn Việt Nam thực hiện theo quy định tại bản tiêu chuẩn Việt Nam được ban hành kèm theo Quyết định số 2351/1998/QĐ-BKHCNMT ngày 5 tháng 12 năm 1998 của Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường (nay là Bộ Khoa học và Công nghệ, mã số TCVN: 5949 :1998);
- h) Phụ trang, phụ bản (phụ trương) chuyên quảng cáo là số trang quảng cáo tăng thêm ngoài số trang báo chính và được phát hành cùng với số báo chính.
3. Tổ chức, cá nhân khi dùng hình ảnh, danh nghĩa của tổ chức, cá nhân khác để quảng cáo phải được sự đồng ý bằng văn bản của tổ chức, cá nhân đó.
4. Đối với hàng hoá mà pháp luật không quy định người sản xuất phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh như hàng nông sản, thực phẩm, thủy sản của nông dân và

một số hàng hoá khác khi quảng cáo hàng hoá đó không cần phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh nhưng chủ quảng cáo và người phát hành quảng cáo phải đảm bảo tính trung thực, chính xác về chất lượng của hàng hoá quảng cáo.

5. Đối với hàng hoá, dịch vụ mà pháp luật quy định cấm quảng cáo dưới mọi hình thức thì biểu trưng (lô-gô), nhãn hiệu (tiếng Anh: traname, trademark) của loại hàng hoá, dịch vụ đó cũng bị cấm thể hiện dưới bất kỳ hình thức nào trên các phương tiện quảng cáo.

MỤC II

HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO

1. Nội dung, hình thức quảng cáo

a) Nội dung thông tin quảng cáo thể hiện trong sản phẩm quảng cáo phải đúng với chất lượng, nhãn hiệu đã công bố hoặc đã đăng ký với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ;

b) Tổ chức, cá nhân quảng cáo biểu trưng, nhãn hiệu chung cho nhiều loại hàng hoá, dịch vụ mà trong đó có loại hàng hoá, dịch vụ cấm quảng cáo thì khi quảng cáo biểu trưng, nhãn hiệu phải ghi rõ loại hàng hoá, dịch vụ quảng cáo không bị cấm.

2. Quảng cáo trên báo chí:

a) Diện tích được phép quảng cáo không quá 10% đối với báo in được tính trên tổng diện tích các trang của một số báo, tạp chí do Bộ Văn hoá -Thông tin cho phép xuất bản;

b) Cơ quan báo chí có nhu cầu quảng cáo quá 10% diện tích đối với báo in, quá 5% thời lượng đối với Đài phát thanh, Đài truyền hình phải xin phép Bộ Văn hoá - Thông tin ra phụ trang, phụ bản hoặc kênh chuyên quảng cáo;

c) Số trang của phụ trang, phụ bản chuyên quảng cáo không vượt quá số trang báo chính và phải đánh số riêng. Trường hợp số trang của phụ trang, phụ bản chuyên quảng cáo đã được Bộ Văn hoá- Thông tin cấp phép không trái với quy định tại khoản 1 Điều 6 của Nghị định số 24/2003/NĐ-CP thì được tiếp tục thực hiện.

d) Chương trình chuyên quảng cáo trên Đài phát thanh, Đài truyền hình đã được Bộ Văn hóa -Thông tin cho phép phải thông báo rõ lượng thời gian cụ thể của chương

trình quảng cáo đó cho người xem, người nghe biết ngay từ đầu chương trình.

3. Quảng cáo rượu:

a) Các loại rượu có độ cồn từ 15 độ trở xuống chỉ được quảng cáo trên báo in, báo điện tử, Đài phát thanh, Đài truyền hình, mạng thông tin máy tính như các hàng hoá khác quảng cáo trên phương tiện đó;

b) Các loại rượu có độ cồn trên 15 độ chỉ được quảng cáo trong phạm vi địa giới doanh nghiệp sản xuất rượu, bên trong các cửa hàng, đại lý tiêu thụ rượu nhưng phải đảm bảo người ở bên ngoài địa giới doanh nghiệp, cửa hàng, đại lý không đọc được, không nghe được, không thấy được;

c) Các loại rượu thuốc được thực hiện theo quy định tại “Quy chế thông tin về thuốc chữa bệnh cho người” của Bộ Y tế;

d) Ngoài những quy định tại các điểm a, b, c khoản này, nghiêm cấm quảng cáo rượu dưới bất kỳ hình thức nào khác.

4. Cấm quảng cáo thuốc lá dưới mọi hình thức theo quy định tại Nghị quyết số 12/2000/NQ-CP ngày 14 tháng 8 năm 2000 của Chính phủ về Chính sách quốc gia về phòng chống tác hại của thuốc lá trong giai đoạn 2000-2010.

5. Quảng cáo các sản phẩm thay thế sữa mẹ thực hiện theo Nghị định số 74/2000/NĐ-CP ngày 06 tháng 12 năm 2000 của Chính phủ về kinh doanh và sử dụng các sản phẩm thay thế sữa mẹ để bảo vệ và khuyến khích việc nuôi con bằng sữa mẹ và Thông tư liên tịch số 04/2001/TTLT/YT-TM-VHTT-UBBVCSTEVN ngày 14 tháng 3 năm 2001 của Bộ Y tế- Bộ Thương mại- Bộ Văn hoá Thông tin- Ủy ban Bảo vệ và Chăm sóc trẻ em Việt Nam (nay là Ủy ban dân số, gia đình và trẻ em) hướng dẫn thi hành Nghị định số 74/2000/NĐ-CP ngày 06 tháng 12 năm 2000.

6. Không quảng cáo các loại sản phẩm hàng hoá mà nội dung, hình thức quảng cáo gây mất thẩm mỹ, không phù hợp với tâm lý, phong tục tập quán của dân tộc (như băng vệ sinh, giấy vệ sinh, bao cao su, thuốc chữa bệnh ngoài da và các loại sản phẩm hàng hoá tương tự) trên Đài phát thanh, Đài truyền hình từ 18 giờ đến 20 giờ hàng ngày; trong chương trình biểu diễn nghệ thuật, vui chơi giải trí không treo, đặt, dán, dựng các sản phẩm quảng cáo cho loại hàng hoá này trên phong sân khấu;

quảng cáo ở ngoài trời phải theo quy định của địa phương về địa điểm, thời gian, kích thước của sản phẩm quảng cáo loại hàng hoá này.

8. Quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, màn hình, băng-rôn, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác và các hình thức tương tự treo, đặt, dán, dựng ở ngoài trời được quy định như sau:

a) Quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, màn hình, băng-rôn treo, đặt, dán, dựng ở ngoài trời phải tuân thủ quy hoạch về quảng cáo tại địa phương và các quy định của pháp luật về xây dựng;

b) Quảng cáo trên màn hình chuyên quảng cáo treo, đặt, dựng ở ngoài trời không được dùng âm thanh;

c) Quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ có mục đích sinh lời không được chằng ngang qua đường giao thông, không được dùng màu cờ Tổ quốc làm nền cho quảng cáo;

d) Quảng cáo về hoạt động có xác định thời gian thì thời gian diễn ra hoạt động đó phải do cơ quan nhà nước có thẩm quyền xác định để làm cơ sở xác định thời gian được phép quảng cáo;

đ) Quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, băng-rôn, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác và các hình thức tương tự được thể hiện bằng bất kỳ chất liệu gì như gỗ, tôn, nhựa, kính, vải hoặc các chất liệu khác khi treo, đặt, dán, dựng hoặc gắn trên phương tiện giao thông phải tuân thủ quy hoạch quảng cáo và phải có giấy phép thực hiện quảng cáo;

e) Các sản phẩm quảng cáo được thể hiện trên các phương tiện giao thông, vật thể di động khác như xe lăn, xe cần cẩu và các loại phương tiện để phục vụ cho việc thi công xây dựng, sửa chữa điện, vệ sinh môi trường do Sở Văn hoá -Thông tin nơi đăng ký phương tiện cấp giấy phép thực hiện quảng cáo và không được làm thay đổi quá 50% diện tích màu sơn xe có thể hiện sản phẩm quảng cáo. Màu sơn xe là màu đã ghi trong đăng ký phương tiện do cơ quan có thẩm quyền cấp; không được quảng cáo ở mặt trước và mặt sau của phương tiện. Thùng hàng có diện tích một mặt từ 0,5 m² (mét vuông) trở lên có thể hiện sản phẩm quảng cáo gắn trên xe máy phải có