

Số: 24 /NQ-HĐND

Bà Rịa - Vũng Tàu, ngày 18 tháng 7 năm 2019

NGHỊ QUYẾT
Thông qua Đề án Truyền thông
tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu giai đoạn 2019-2025

HỘI ĐỒNG NHÂN DÂN TỈNH BÀ RỊA-VŨNG TÀU
KHÓA VI, KỲ HỌP THỨ MƯỜI HAI

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Luật Ngân sách nhà nước ngày 25 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại;

Căn cứ Quyết định số 368/QĐ-TTg ngày 28 tháng 02 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013-2020;

Xét Tờ trình số 87/TTr-UBND ngày 20 tháng 6 năm 2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc thông qua Đề án truyền thông tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu giai đoạn 2019-2025; Báo cáo thẩm tra số 69/BC-VHXH ngày 11 tháng 7 năm 2019 của Ban Văn hóa-Xã hội Hội đồng nhân dân tỉnh; ý kiến thảo luận của đại biểu Hội đồng nhân dân tại kỳ họp,

QUYẾT NGHỊ:

Điều 1. Thống nhất thông qua Đề án truyền thông tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu, giai đoạn 2019-2025.

(Kèm theo Đề án).

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Giao Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức triển khai thực hiện Nghị quyết này.
2. Giao Thường trực Hội đồng nhân dân, các Ban Hội đồng nhân dân, các Tổ đại biểu Hội đồng nhân dân và các đại biểu Hội đồng nhân dân tỉnh giám sát việc thực hiện Nghị quyết.

Điều 3. Điều khoản thi hành

Nghị quyết này đã được Hội đồng nhân dân tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu Khóa VI, Kỳ họp thứ Mười Hai thông qua ngày 18 tháng 7 năm 2019 và có hiệu lực từ ngày 18 tháng 7 năm 2019./.

Nơi nhận:

- Ủy ban Thường vụ Quốc hội;
- Văn phòng Chính phủ;
- Bộ Thông tin và Truyền thông;
- TTr. Tỉnh ủy, Đoàn ĐBQH tỉnh;
- TTr. HĐND tỉnh, UBND tỉnh, UBMTTQVN tỉnh;
- Các Ban HĐND tỉnh, đại biểu HĐND tỉnh;
- Các Sở, ban, ngành, đoàn thể cấp tỉnh;
- TTr. HĐND và UBND các huyện, thị xã, thành phố;
- Trung tâm Công báo và Tin học tỉnh;
- Website HĐND tỉnh;
- Báo Bà Rịa-Vũng Tàu, Đài PT-TH tỉnh;
- Lưu: VT, STTTT, TH.

CHỦ TỊCH**Nguyễn Hồng Lĩnh**

ĐỀ ÁN

Truyền thông tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu Giai đoạn 2019 – 2025

*(Ban hành kèm theo Nghị quyết số 4/NQ-HĐND ngày 18 tháng 7 năm 2019
của Hội đồng nhân dân tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu*

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN:

Trong những năm qua, tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đã có nhiều nỗ lực trong việc xây dựng, quảng bá hình ảnh địa phương. Cấp ủy, chính quyền các cấp đã và đang có nhiều chủ trương, giải pháp đẩy nhanh sự phát triển, đáng chú ý như: Tái cơ cấu kinh tế, phát triển cảng biển, công nghiệp, du lịch, thu hút đầu tư, nhiều chuyển biến về chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh (PAPI), chỉ số cải cách hành chính cấp tỉnh (PAR index); chính quyền thân thiện sẵn sàng phục vụ nhân dân, chào đón, đồng hành cùng doanh nghiệp. Bên cạnh đó, tỉnh có nhiều khu, điểm du lịch với cảnh quan thiên nhiên, nhiều di tích lịch sử - văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc, tâm linh và nhiều bãi biển đẹp, phù hợp để phát triển các loại hình du lịch chất lượng cao, thân thiện với môi trường.

Tuy nhiên, việc liên kết, quảng bá truyền thông của tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu còn hạn chế, không thường xuyên; chưa có những hình ảnh, biểu tượng mang bản sắc riêng của tỉnh trong điều kiện hội nhập sâu, rộng đã và đang mở ra những cơ hội mới. Do vậy, xây dựng chiến lược và quảng bá hình ảnh địa phương thông qua quảng bá văn hóa, con người, tiềm năng thế mạnh của tỉnh, nhằm thu hút khách du lịch, kêu gọi thu hút đầu tư phục vụ phát triển của tỉnh là cấp bách và hết sức cần thiết.

II. CĂN CỨ PHÁP LÝ:

1. Trung ương:

- Chỉ thị số 26-CT/TW, ngày 10 tháng 9 năm 2008 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khoá X) về Tiếp tục đổi mới và tăng cường công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới.

- Kết luận số 16-KL/TW, ngày 14 tháng 02 năm 2012 của Bộ Chính trị (khóa XI) về Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011-2020.

- Nghị định số 72/2015/NĐ-CP, ngày 07 tháng 9 năm 2015 của Chính phủ về Quản lý hoạt động thông tin đối ngoại.

- Chỉ thị số 21/CT-TTg, ngày 06 tháng 8 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc Triển khai thực hiện Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011 – 2020.

- Nghị định số 88/2012/NĐ-CP, ngày 23 tháng 10 năm 2012 của Chính phủ Quy định về Hoạt động thông tin, báo chí của báo chí nước ngoài, cơ quan đại diện nước ngoài, tổ chức nước ngoài tại Việt Nam.

- Quyết định số 368/QĐ-TTg, ngày 28 tháng 02 năm 2013 của Thủ tướng Chính Phủ về việc Phê duyệt Chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013 – 2020.

- Quyết định 273/QĐ-TTg ngày 06 tháng 03 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Quy hoạch phát triển hệ thống thông tin đối ngoại khu vực cửa khẩu quốc tế phục vụ nhiệm vụ thông tin đối ngoại đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

2. Địa phương:

- Chương trình số 06-CTr/TU, ngày 12 tháng 4 năm 2016 của Tỉnh ủy Bà Rịa-Vũng Tàu về Chương trình thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ VI, gắn với thực hiện Nghị quyết Đại hội XII của Đảng.

- Nghị quyết số 13-NQ/TU, ngày 16 tháng 10 năm 2018 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về Truyền thông tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu giai đoạn 2018-2020, tầm nhìn đến năm 2025.

- Nghị quyết số 03-NQ/TU, ngày 27 tháng 10 năm 2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu về Phát triển công nghiệp chất lượng cao và công nghiệp hỗ trợ tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đến năm 2020.

- Nghị quyết số 05-NQ/TU, ngày 11 tháng 7 năm 2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về Phát triển khoa học và công nghệ tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đến năm 2020, định hướng đến năm 2025.

- Nghị quyết số 06-NQ/TU, ngày 13 tháng 7 năm 2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về Nâng cao hiệu quả thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh đến năm 2020.

- Nghị quyết số 07-NQ/TU, ngày 24 tháng 7 năm 2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về Phát triển trang trại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu giai đoạn 2017 - 2020, định hướng 2025.

- Nghị quyết số 08-NQ/TU, ngày 28 tháng 7 năm 2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về Phát triển cảng biển, dịch vụ hậu cần cảng tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đến năm 2020, định hướng đến năm 2025.

- Nghị quyết số 09-NQ/TU, ngày 27 tháng 12 năm 2017 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh về Phát triển du lịch chất lượng cao tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030.

- Đề án số 04-ĐA/TU, ngày 28 tháng 7 năm 2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về Phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025.

III. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG TỈNH BÀ RỊA-VŨNG TÀU:

Tỉnh Bà Rịa- Vũng Tàu là địa phương có lợi thế hơn hẳn về công nghiệp, cảng biển, dịch vụ hậu cần cảng và đặc biệt là ngành du lịch trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.

Qua truyền thông, quảng bá, Bà Rịa -Vũng Tàu được biết đến với hệ thống cảng biển nước sâu hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á và nằm trong số 19 cảng trên thế giới tiếp nhận được tàu siêu trọng; chiều dài bờ biển hơn 300 km phục vụ phát triển du lịch, nuôi trồng thủy hải sản; có Côn Đảo nằm trong 10 điểm du lịch hấp dẫn nhất Châu Á; Núi Dinh⁽¹⁾ được mệnh danh là Đà Lạt của vùng Đông Nam bộ; có ngành công nghiệp khai thác dầu khí của Việt Nam đóng chân trên địa bàn... Nhiều năm qua, Bà Rịa-Vũng Tàu luôn nằm vị trí thứ 3 về đóng góp ngân sách cho cả nước.

Trên lĩnh vực du lịch, tỉnh đã đầu tư mở rộng, nâng cấp tuyến đường ven biển dài 70 km từ Vũng Tàu tới Bình Châu (huyện Xuyên Mộc) để khai thác tối đa các bãi tắm đẹp hoang sơ với chủ trương biến khu vực này thành một trục du lịch của tỉnh. Các tuyến quốc lộ 51, 55, 56 đã được nâng cấp mở rộng kết nối liên thông với các tuyến đường du lịch ven biển, đường liên cảng và vùng sản xuất nguyên vật liệu, nông sản của tỉnh. Tỉnh đã tổ chức thành công các sự kiện mang tầm quốc tế⁽²⁾ và khu vực; các lễ hội dân gian mang đậm dấu ấn văn hóa truyền thống của người dân vùng biển cũng đã và đang được duy trì, phát triển thành các lễ hội văn hóa³, du lịch thu hút đông du khách về hành hương, thưởng thức; hệ thống di tích của tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đã được đầu tư tạo sức hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước⁴.

1. Rộng 1.000ha có độ cao gần 500m so với mặt nước biển, đỉnh núi khá bằng phẳng rộng 700ha khi hậu quanh năm ở mức 24 độ C

2. Hoa hậu Quý Bà thế giới, Giải Cờ Vua trẻ thế giới, Liên hoan điều quốc tế...

3. Lễ giỗ Cô Sáu; Lễ giỗ Bà Phi Yến; Lễ hội Nghinh rước Cá ông (đình thần Thắng Tam); Lễ Cô (Dinh Cô Long Hải), Vía ông, Trùng Cửu (Đạo ông Trần)...

4. Toàn tỉnh có 46 di tích lịch sử - văn hóa đã được công nhận và xếp hạng, trong đó 01 di tích được công nhận là di tích cấp quốc gia đặc biệt (Nhà tù Côn Đảo), 29 di tích đã được công nhận, xếp hạng cấp quốc gia, 16 di tích được công nhận, xếp hạng cấp tỉnh và một số Bảo tàng hoặc Bộ sưu tập – Trưng bày có giá trị lớn gắn với hệ thống di tích như: phòng Trưng bày Lưu niệm Di tích nhà tù Côn Đảo, Bảo tàng Tổng hợp, Bạch Dinh.... Nhóm di tích lịch sử, kiến trúc tôn giáo bao gồm các kiến trúc đình, miếu, chùa chiền, nhà thờ ... trong đó có khu Đình Thắng Tam, thich Ca Phật Đài, Niết Bàn Tịnh Xá, Tượng Chúa Kytô, Bạch Dinh, Trại địa pháo cổ...

Tuy đã có nhiều thành tựu lớn trong phát triển kinh tế - xã hội nhưng vẫn chưa thực sự đáp ứng kỳ vọng của đảng bộ và nhân dân toàn tỉnh. Trong đó việc xây dựng thương hiệu và quảng bá về tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu chưa được quan tâm chú trọng, thể hiện một số khía cạnh sau:

- Việc quảng bá tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu của các ngành, các cấp, các địa phương từ tỉnh đến cơ sở chưa thường xuyên, thiếu một tầm nhìn chung, định hướng tổng thể và lâu dài.

- Trong triển khai nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, thực hiện từng kế hoạch đơn lẻ thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa các ngành, các cấp, giữa các đề án, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội.

- Việc xây dựng thương hiệu, marketing địa phương do cơ quan xúc tiến thực hiện là chủ yếu, chưa huy động cả hệ thống chính trị cũng như của doanh nghiệp và người dân cùng tham gia.

- Không có sự kiện đặc trưng, thường niên làm điểm nhấn quảng bá về Bà Rịa - Vũng Tàu trong và ngoài nước.

- Trong tổng thể chung, Bà Rịa-Vũng Tàu chưa được định vị rõ ràng và chưa gây được ấn tượng sâu sắc đối với du khách, doanh nhân về Bà Rịa - Vũng Tàu.

IV. NỘI DUNG ĐỀ ÁN TRUYỀN THÔNG VỀ TỈNH BÀ RIJA - VŨNG TÀU GIAI ĐOẠN 2019-2025:

1. Quan điểm:

- Xây dựng hình ảnh tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu năng động, phát triển, thân thiện, văn minh, xứng tầm là tỉnh trọng điểm trong động lực phát triển phía Nam nhằm quảng bá giới thiệu tạo ấn tượng nhiều hơn về Bà Rịa-Vũng Tàu đến các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Truyền thông toàn diện, trong đó tập trung truyền thông về các ngành, lĩnh vực quan trọng; phát huy phương tiện truyền thông của địa phương, đồng thời phối hợp chặt chẽ các kênh truyền thông trong nước và một số kênh truyền thông nước ngoài.

- Phối hợp chặt chẽ giữa các cấp, các ngành, các địa phương góp phần quảng bá con người, truyền thống văn hóa, thế mạnh đặc thù của Bà Rịa - Vũng Tàu năng động và phát triển vững mạnh.

2. Mục tiêu truyền thông tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu giai đoạn 2019-2025:

2.1. Mục tiêu chung:

Truyền thông, quảng bá về tiềm năng, truyền thống văn hóa, con người Bà Rịa-Vũng Tàu, những sản phẩm đặc trưng giúp doanh nghiệp, nhà đầu tư, khách du lịch trong và ngoài nước dễ dàng nhận biết về Bà Rịa - Vũng Tàu trên

các phương tiện thông tin, diễn đàn, các sự kiện trong tỉnh, khu vực, trong và ngoài nước đưa Bà Rịa-Vũng Tàu ngày càng phát triển mạnh về công nghiệp, cảng biển, dịch vụ hậu cần cảng, du lịch và nông nghiệp công nghệ cao, là một nơi đáng đến, có môi trường sống an toàn, thân thiện.

2.2. Mục tiêu cụ thể:

- Tạo hình ảnh và nhận thức chung trong cán bộ, đảng viên, doanh nghiệp và nhân dân về Bà Rịa - Vũng Tàu năng động và phát triển bền vững.

- Các doanh nghiệp, nhà đầu tư, khách du lịch trong và ngoài nước dễ dàng nhận biết về Bà Rịa - Vũng Tàu thông qua hệ thống nhận diện Bà Rịa-Vũng Tàu.

- Thông tin về Bà Rịa - Vũng Tàu được chuyển tải trên phương tiện truyền thông đại chúng trong và ngoài nước về các lĩnh vực một cách hệ thống, chuẩn xác, thường xuyên, liên tục, tạo hiệu ứng tích cực phát triển tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu.

- Xây dựng và phát triển Bà Rịa - Vũng Tàu là điểm đến lý tưởng của du khách, nhà đầu tư trong và ngoài nước. Đến năm 2025: du lịch phát triển vững mạnh, ổn định, thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác. Tiêu biểu là du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch hội nghị, hội thảo (MICE), du lịch sinh thái chất lượng cao, du lịch văn hóa, lịch sử, tâm linh.

- Tạo dựng một cộng đồng doanh nghiệp Bà Rịa - Vũng Tàu năng động, sáng tạo, liên kết bền vững trong sản xuất, có trách nhiệm với xã hội, đồng hành với chính quyền trong việc đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

- Xây dựng chính quyền thân thiện, cầu thị, minh bạch, mang tinh thần phục vụ nhân dân, luôn đồng hành cùng các doanh nghiệp.

- Thực hiện mục tiêu phát triển con người Bà Rịa - Vũng Tàu năng động, có tinh thần hợp tác, ứng xử văn minh, thân thiện, có ý thức chấp hành pháp luật, nâng cao văn hóa gắn với lịch sử truyền thống quê hương "*Tôi là người Bà Rịa-Vũng Tàu*".

V. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP:

1. Nâng cao trách nhiệm của các cấp, các ngành và nhân dân trong tỉnh đối với truyền thông tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu:

- Các cấp, các ngành cần nâng cao nhận thức và trách nhiệm trong việc xây dựng hình ảnh của địa phương, sở, ngành và lĩnh vực phân công phụ trách; đồng thời, chú ý khai thác những lợi thế, đặc trưng riêng gắn với những sản phẩm truyền thống, lịch sử địa phương.

- Cấp ủy, chính quyền các cấp tăng cường tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của cán bộ, đảng viên, doanh nghiệp và nhân dân trong việc xây dựng và quảng bá Bà Rịa-Vũng Tàu.

2. Xây dựng hệ thống nhận diện của tỉnh:

- Tổ chức cuộc thi Slogan về Bà Rịa-Vũng Tàu ấn tượng, dễ nhớ, khó quên.

- Xây dựng hệ thống nhận diện của tỉnh, bao gồm: Hệ thống tài liệu văn phòng⁽⁵⁾; hệ thống biển bảng⁽⁶⁾; hệ thống quảng cáo - đối ngoại⁽⁷⁾; cẩm nang quản trị và hướng dẫn sử dụng; hệ thống ứng dụng khác⁽⁸⁾...

- Xây dựng hệ thống nhận diện (logo, slogan) của các thương hiệu: du lịch, nông nghiệp, cảng biển.

- Xây dựng các sản phẩm truyền thông đa phương tiện như clip quảng bá, phần mềm giới thiệu đầu tư...

- Xây dựng bộ từ khóa truyền thông cho Bà Rịa-Vũng Tàu để khai thác lợi thế và tiện ích của internet để tuyên truyền, quảng bá Bà Rịa-Vũng Tàu với những từ khóa chuẩn có liên quan về PCI, đầu tư, ...nhằm tối ưu hóa kết quả tìm kiếm trên google.

- Thiết kế cấu trúc các giao diện Website của tỉnh theo chuẩn quốc tế.

- Xây dựng bộ INFOGRAPHICS⁽⁹⁾ xúc tích, ấn tượng.

- Quy hoạch khu vực quảng bá truyền thông để tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, quảng cáo sản phẩm, hàng hóa dịch vụ⁽¹⁰⁾; xây dựng tủ thông tin, rao vặt, quảng cáo để phục vụ nhu cầu thông tin của nhân dân.

- Xây dựng các quầy thông tin du lịch tại các điểm tập trung đông du khách⁽¹¹⁾.

3. Xây dựng và truyền thông, quảng bá các sản phẩm, tiềm năng thế mạnh của Bà Rịa-Vũng Tàu:

3.1. Về công nghiệp:

- Xây dựng thương hiệu sản phẩm của Bà Rịa-Vũng Tàu (Made in Bà Rịa-Vũng Tàu) thông qua màu sắc nhận diện, biểu tượng nhận diện.

- Tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư những lĩnh vực mà tỉnh có nhu cầu, trong đó tập trung những ngành, lĩnh vực công nghiệp sạch, ít tiêu tốn năng lượng.

5. Namecard, bìa folder, sổ tay, bút viết, túi giấy đựng tài liệu, túi nhựa đựng văn bản, tài liệu...

6. Biển tên chức danh, biển chỉ dẫn, biển tên phòng ban, thẻ đeo (Pin cài áo).

⁽⁷⁾ Biển bảng chỉ dẫn thông tin, brochure, banner quảng cáo, chữ ký email, đồng phục, hình nền máy tính (điện thoại) ...

⁽⁸⁾ Template Powerpoint trình chiếu, thiệp chúc mừng, đồng hồ treo tường...

⁽⁹⁾ Các thông tin cơ bản về kinh tế, du lịch và chính sách địa phương, các Đề án lớn, ...

⁽¹⁰⁾ màn hình điện tử, bảng điện tử, quầy thông tin không người phục vụ, ...

⁽¹¹⁾ Theo Nghị quyết số 09-NQ/TU, ngày 27/12/2017 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch chất lượng cao tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030

- Công tác truyền thông: Thông tin, tuyên truyền, quảng bá thương hiệu sản phẩm Bà Rịa-Vũng Tàu (Made in Bà Rịa-Vũng Tàu).

3.2. Về cảng biển, dịch vụ hậu cần cảng:

Công tác truyền thông: Thông tin, tuyên truyền, quảng bá hệ thống cảng biển nước sâu Cái Mép-Thị Vải; các thủ tục hải quan đối với hàng hóa xuất, nhập và quá cảnh qua các cảng; quảng bá hoạt động Trung tâm dịch vụ hậu cần cảng, Logistics.

3.3. Về du lịch:

- Tổ chức nhiều sự kiện du lịch mang tầm quốc tế như: Hội chợ Du lịch quốc tế; Hội thảo quốc tế với sự tham gia của các chuyên gia đầu ngành nhằm quảng bá du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu.

- Quảng bá Bà Rịa-Vũng Tàu thông qua việc tổ chức hàng năm các sự kiện văn hóa, lễ hội¹² truyền thống; lễ hội ẩm thực biển của Bà Rịa-Vũng Tàu; khai thác, phát huy tối đa giá trị các di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh của Bà Rịa-Vũng Tàu.

- Công tác truyền thông: Tuyên truyền, quảng bá, hợp tác phát triển du lịch trong và ngoài nước; xây dựng bản đồ số hóa về du lịch. Đẩy mạnh công tác truyền thông trên internet, truyền thông đến nhóm đối tượng người nước ngoài

- Chọn những hình ảnh đẹp, tiêu biểu của tỉnh đăng tải trên các trang web, diễn đàn về du lịch có lượng người truy cập cao; nâng cao chất lượng các bài viết giới thiệu về di tích, thắng cảnh, ẩm thực... của tỉnh.

3.4. Về nông nghiệp:

- Xây dựng hình ảnh địa phương thông qua các sản phẩm đặc trưng chủ lực kết hợp với chương trình xây dựng “thương hiệu” của Sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao của tỉnh.

- Đăng cai tổ chức các sự kiện¹³.

- Công tác truyền thông: Thông tin, tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến thương mại, liên kết tổ chức sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao.

3.5. Về văn hóa, xã hội và môi trường sống:

- Xây dựng Bà Rịa-Vũng Tàu trở thành nơi đáng sống của cộng đồng dân cư, con người Bà Rịa-Vũng Tàu năng động, thích ứng tốt với sự thay đổi, có

(12). Lễ hội Nghinh rước Cá ông (đình thần Thắng Tam), Lễ Cô (Đình Cô Long Hải), Vía ông, Trùng Cửu (Đạo ông Trần)...

(13). “Triển lãm Sáng tạo Nông nghiệp trẻ”; Famtrip (Hình thức du lịch tìm hiểu, làm quen, tiếp thị. Đây là chương trình du lịch miễn phí cho các hãng lữ hành, các nhà báo tới một hay nhiều điểm du lịch để làm quen với các sản phẩm du lịch); “Tiềm năng xanh”; ngày “Dự án xanh”; chương trình hỗ trợ đặc biệt “Khởi nghiệp với 0 đồng”; chương trình “Đăng ký liên tay-nhận ngay giấy phép”; “Dự án khởi nghiệp từ nông nghiệp”.

tinh thần hợp tác, ứng xử có văn hóa ở nơi công cộng, có ý thức chấp hành pháp luật, yêu quê hương với niềm tự hào “*Tôi là người Bà Rịa-Vũng Tàu*”.

- Các hoạt động: Nâng cao chất lượng tổ chức các lễ hội, phát huy những giá trị truyền thống, phong tục, tập quán tốt đẹp của địa phương; nâng cao chất lượng các làng nghề truyền thống thân thiện môi trường...

- Công tác truyền thông: Sản xuất các chương trình giới thiệu, quảng bá hình ảnh, đặc trưng văn hoá, môi trường sống, con người Bà Rịa-Vũng Tàu.

4. Đẩy mạnh truyền thông trong các giai đoạn:

- Truyền thông, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng; các khu, điểm quảng cáo ngoài trời; khu, điểm du lịch.

- Giới thiệu các di tích, danh lam thắng cảnh, những phong tục, tập quán địa phương, giá trị các di tích văn hoá, di tích lịch sử cách mạng; giá trị vườn quốc gia Côn Đảo, các dịch vụ giải trí, du lịch sinh thái chất lượng cao tại Côn Đảo bằng các hình thức phong phú, đa dạng.

- Đầu tư xây dựng các quầy thông tin hỗ trợ khách du lịch tại các tuyến phố tập trung nhiều du khách và tại các địa điểm là cửa ngõ vào tỉnh để quảng bá hình ảnh thân thiện và mến khách của Bà Rịa-Vũng Tàu.

- Truyền thông trên các phương tiện truyền thông¹⁴, các kênh truyền thông có phạm vi phát hành, lan tỏa rộng; khai thác các phương tiện truyền thông số.¹⁵

- Xây dựng mạng lưới cộng tác là phóng viên báo chí nước ngoài hoạt động tại tỉnh để tranh thủ việc quảng bá tỉnh ra nước ngoài; Trao đổi nhân sự thực tập về truyền thông tại địa phương nước ngoài có ký kết biên bản ghi nhớ với tỉnh theo nội dung liên quan trong lĩnh vực truyền thông đại chúng.

- Xây dựng các biển quảng cáo thông tin về các nước đã ký kết hợp tác đầu tư với tỉnh tại địa phận danh giới hành chính, các khu vực trung tâm trên địa bàn tỉnh.

5. Xây dựng đô thị mang đặc trưng đô thị du lịch, cảng biển:

- Xây dựng quy hoạch kiến trúc đô thị tạo điểm nhấn nhận diện cho một địa phương.

- Phối cảnh một công trình tiêu biểu cho kiến trúc đô thị Xanh - Sạch - Đẹp tại thành phố Vũng Tàu, thành phố Bà Rịa.

- Các hạng mục công trình đô thị như: Công viên, đèn đường, trang trí dải phân cách, cầu nội thị ... được thiết kế sáng tạo mới lạ, gắn với hình ảnh và các sản phẩm du lịch, nông nghiệp... đặc trưng của địa phương.

¹⁴ báo in, phát thanh - truyền hình, Cổng thông tin điện tử tỉnh...

¹⁵ báo điện tử, mạng xã hội...

6. Thành lập vườn ươm khởi nghiệp lĩnh vực Công nghiệp, Du lịch và Nông Nghiệp:

- Hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp, biến những ý tưởng kinh doanh khả thi thành sản phẩm định hình, sau khi ươm tạo đầu ra có thể là sản phẩm, dịch vụ hoặc công nghệ. Sản phẩm được chấp nhận trên thị trường, có kế hoạch kinh doanh cụ thể, rõ ràng và hấp dẫn.

- Xây dựng và thu hút cộng đồng doanh nhân trẻ từ các nơi đến và chọn Bà Rịa-Vũng Tàu là địa phương biến ước mơ khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp, cảng biển, Du lịch, nông nghiệp...

- Các dự án khởi nghiệp thành công sẽ là cách thu hút gián tiếp các nhà đầu tư. Các doanh nghiệp khởi nghiệp này sẽ là vệ tinh cung cấp dịch vụ phụ trợ cho các doanh nghiệp lớn.

VI. KINH PHÍ THỰC HIỆN:

1. Kinh phí thực hiện Đề án được bố trí từ dự toán ngân sách nhà nước theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước; huy động từ các nguồn lực xã hội khác theo quy định của pháp luật. Trong đó lưu ý gắn liền nghĩa vụ đóng góp các cơ quan đơn vị doanh nghiệp có quyền lợi khi thực hiện truyền thông.

2. Hằng năm, UBND tỉnh xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể và dự toán kinh phí thực hiện Đề án trong khả năng cân đối nguồn ngân sách.

VII. TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN:

1. Năm 2019-2020 :

- Xây dựng nội dung Đề án và Chiến lược thực hiện Đề án “Truyền thông hình ảnh tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu giai đoạn 2019 – 2025”.

- Tổ chức tuyên truyền, quán triệt nội dung Đề án đến cấp ủy, chính quyền các cấp và lãnh đạo các sở, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội tỉnh và doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

- Phê duyệt nội dung Đề án và Chiến lược thực hiện Đề án “Truyền thông hình ảnh tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu giai đoạn 2019 – 2025”.

- Tuyên truyền, phổ biến nội dung Đề án trên các phương tiện truyền thông đại chúng trong nước và địa phương.

+ Phối hợp các cơ quan thông tấn báo chí - truyền hình trong nước và địa phương khởi động thực hiện đề án

+ Tổ chức cuộc thi sáng tác slogan tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.

+ Tổ chức các cuộc thi sáng tác biểu trưng (logo).

+ Xây dựng chương trình, các hoạt động triển khai, thực hiện và kinh phí cho từng năm, giai đoạn.

+ Cơ bản hoàn thành việc lựa chọn các sản phẩm chủ lực để xây dựng thương hiệu; hoàn thành triển khai hệ thống nhận dạng thương hiệu; hoàn thành việc triển khai Hệ thống nhận diện các sở, ban, ngành tỉnh, clips, tài liệu xúc tiến...

+ Thông tin, tuyên truyền, quảng bá thương hiệu Bà Rịa-Vũng Tàu (Made in Bà Rịa-Vũng Tàu), những lĩnh vực mà tỉnh có nhu cầu.

+ Vận hành biểu trưng (logo) và khẩu hiệu (slogan)⁽¹⁶⁾.

+ Thông tin, tuyên truyền, quảng bá hệ thống cảng biển⁽¹⁷⁾.

+ Quy hoạch khu vực quảng bá truyền thông để tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, quảng cáo sản phẩm, hàng hóa dịch vụ⁽¹⁸⁾; xây dựng tủ thông tin, rao vặt, quảng cáo để phục vụ nhu cầu thông tin của nhân dân.

2. Năm 2021-2025:

- Hình thành hệ thống nhận diện địa phương theo tinh thần Đề án.

- Bổ sung mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án phù hợp tình hình thực tế của địa phương.

- Đánh giá tổng kết công tác triển khai Đề án, rút kinh nghiệm.

- Đề ra các nhiệm vụ cụ thể hơn để tiếp tục thực hiện Đề án.

VIII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo xây dựng và phê duyệt Chiến lược thực hiện Đề án “Truyền thông hình ảnh tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu giai đoạn 2019 – 2025”.

2. Trong quá trình thực hiện Đề án, nếu có vấn đề khó khăn, vướng mắc, Ủy ban nhân dân tỉnh kịp thời báo cáo Hội đồng nhân dân tỉnh xem xét, quyết định.



Nguyễn Hồng Lĩnh

⁽¹⁶⁾ tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu; biểu trưng “Made in Bà Rịa - Vũng Tàu”; khẩu hiệu (slogan) về du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu biểu trưng (logo) và khẩu hiệu (slogan) sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.

⁽¹⁷⁾ Cảng biển nước sâu Cái Mép-Thị Vải; cải cách các thủ tục hải quan đối với hàng hóa xuất, nhập và quá cảnh qua các cảng; đấu thầu tư vấn quốc tế, hoàn thành lập quy hoạch chi tiết, lựa chọn nhà đầu tư và đưa vào hoạt động Trung tâm dịch vụ hậu cần cảng Cái Mép Hạ.

⁽¹⁸⁾ Màn hình điện tử, bảng điện tử, quầy thông tin không người phục vụ, ...