

NGHỊ QUYẾT
CỦA BAN THƯỜNG VỤ TỈNH ỦY
về truyền thông tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu giai đoạn 2018-2020,
tầm nhìn đến năm 2025

I. ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG TRUYỀN THÔNG BÀ RỊA – VŨNG TÀU

Trong thời gian qua, Đảng bộ tỉnh đã có nhiều giải pháp để giới thiệu, quảng bá hình ảnh, con người Bà Rịa – Vũng Tàu đến với bạn bè trong và ngoài nước, góp phần thu hút đầu tư, xuất khẩu; đẩy mạnh phát triển về công nghiệp, cảng biển, du lịch, dịch vụ hậu cần cảng và nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, thúc đẩy sự phát triển toàn diện về kinh tế, chính trị, xã hội trên địa bàn. Công tác truyền thông đã góp phần nâng cao nhận thức, củng cố niềm tin của các tầng lớp nhân dân vào sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước, khơi dậy và phát huy truyền thống đoàn kết, động viên, cổ vũ nhân dân phát huy ý thức tự lực, tự cường, ra sức thi đua phát triển kinh tế - xã hội, xây dựng và củng cố khối đại đoàn kết toàn dân tộc, bảo đảm quốc phòng – an ninh, ổn định chính trị, nâng cao năng lực lãnh đạo, sức chiến đấu của tổ chức đảng và đảng viên, góp phần tăng cường sự gắn bó giữa Đảng với nhân dân, tạo sự đồng thuận xã hội, phát huy vai trò lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ chính trị trên địa bàn tỉnh.

Tuy đã có nhiều thành tựu lớn trong phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội nhưng vẫn chưa thực sự đáp ứng kỳ vọng của đảng bộ và nhân dân toàn tỉnh. Trong đó việc truyền thông về tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu còn những hạn chế, khó khăn:

- Việc xây dựng hình ảnh về Bà Rịa – Vũng Tàu chưa cụ thể, chưa mang tính rõ nét về tiềm năng, thế mạnh của tỉnh.

- 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.

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

- Trong tổng thể chung, 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.

II. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU

1. Quan điểm:

- Xây dựng hình ảnh tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu năng động, phát triển, thân thiện, văn minh, xứng tầm là địa phương trọng điểm trong khu vực, 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:

Xây dựng hình ảnh Bà Rịa – Vũng Tàu là nơi đáng đến, có môi trường sống an toàn, thân thiện, con người Bà Rịa-Vũng Tàu thân thiện, mến khách; thực hiện các hoạt động truyền thông, quảng bá về tiềm năng, truyền thống văn hóa, du lịch, những sản phẩm đặc trưng giúp doanh nghiệp, nhà đầu tư, khách du lịch... 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.

III. 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 nâng cao 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⁽¹⁾; hệ thống biển bảng⁽²⁾; hệ thống quảng cáo - đối ngoại⁽³⁾; cẩm nang quản trị và hướng dẫn sử dụng; hệ thống ứng dụng khác⁽⁴⁾ ...

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

- 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 tỉnh với những từ khóa chuẩn có liên quan về PCI, đầu tư... nhằm tối ưu hóa kết quả tìm kiếm ở các công cụ tìm kiếm trên Internet.

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

- Xây dựng bộ INFOGRAPHICS⁽⁵⁾ súc 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⁽⁶⁾; 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⁽⁷⁾.

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:

⁽¹⁾. Namecard, bìa folder, sổ tay, bút viết, túi giấy đựng tài liệu, túi nhựa đựng văn bản, tài liệu...

⁽²⁾. Biển tên chức danh, biển chỉ dẫn, biển tên phòng ban, thẻ đeo (Pin cài áo)

⁽³⁾. Biển bảng chỉ dẫn thông tin, brochure, banner quảng cáo, chữ ký email, đồng phục, hình nền máy tính, điện thoại...

⁽⁴⁾. Template Powerpoint trình chiếu, thiệp chúc mừng, đồng hồ treo tường...

⁽⁵⁾. Các thông tin cơ bản về kinh tế, du lịch và chính sách địa phương, các Đề án lớn, ...

⁽⁶⁾. màn hình điện tử, bảng điện tử, quầy thông tin không người phục vụ, ...

⁽⁷⁾. 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

- Xây dựng thương hiệu sản phẩm của Bà Rịa-Vũng Tàu (Made in Ba Ria - Vung Tau) thông qua màu sắc, 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.

- Thông tin, tuyên truyền, quảng bá thương hiệu sản phẩm Bà Rịa-Vũng Tàu (Made in Ba Ria - Vung Tau); những lĩnh vực mà tỉnh có nhu cầu.

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

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.

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 có tính chất quốc tế với sự tham gia của các chuyên gia đầu ngành nhằm quảng bá du lịch Bà Rịa-Vũng Tàu.

- Quảng bá tỉnh thông qua các sự kiện văn hóa, lễ hội⁸ truyền thống thường niên, đặc trưng; ẩm thực biển của Bà Rịa-Vũng Tàu; di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh của tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu.

- 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, 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 Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của tỉnh.

- Đăng cai tổ chức các sự kiện⁹.

- 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:

⁽⁸⁾. Lễ hội Nghinh rước Cá ông (đình thần Thắng Tam), Lễ Cô (Dinh Cô Long Hải), Vía ông, Trùng Cửu (Đạo ông Trần)..

⁽⁹⁾. “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 liền tay-nhận ngay giấy phép”; “Dự án khởi nghiệp từ nông nghiệp”.

- Xây dựng Bà Rịa-Vũng Tàu trở thành nơi đáng sống của cộng đồng dân cư, con người Bà Rịa-Vũng Tàu năng động, có 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*”.

- Tổ chức 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, di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh; nâng cao chất lượng các làng nghề truyền thống thân thiện môi trường...

- 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 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... với du khách.

- 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, mến khách của Bà Rịa-Vũng Tàu.

- Truyền thông trên các phương tiện truyền thống¹⁰, các kênh truyền thông có phạm vi phát hành, lan tỏa rộng; khai thác các phương tiện truyền thông số¹¹, trong đó xác lập các chương trình truyền thông của tỉnh với các đối tác Thông tấn xã Việt Nam, Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, VTV1, VTV9, NetViet, View Media (Công ty cổ phần Truyền thông đa phương tiện)...

- Xây dựng mạng lưới phóng viên, báo chí nước ngoài hoạt động tại tỉnh để tranh thủ việc quảng bá tỉnh ra nước ngoài.

- Thiết lập các biển quảng bá các nước đã ký kết hợp tác với tỉnh tại điểm vào địa phận hành chính của tỉnh và tại các khu vực trung tâm trên địa bàn tỉnh.

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

¹⁰ báo in, phát thanh - truyền hình, Cổng thông tin điện tử tỉnh...

¹¹ báo điện tử, mạng xã hội...

- 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.

6. Thành lập vườn ươm khởi 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.

7- Về nguồn nhân lực và cơ chế chính sách:

- Cải thiện và từng bước nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức trong tất cả các đơn vị, địa phương đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong thời kỳ mới. Tạo môi trường làm việc tốt, phù hợp với trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, để mỗi cán bộ, công chức, viên chức có tinh thần trách nhiệm, cống hiến, sẵn sàng phục vụ nhân dân và doanh nghiệp.

- Hoàn thiện các cơ chế chính sách đồng bộ để thu hút đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh địa phương, nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân, góp phần đưa Bà Rịa-Vũng Tàu ngày càng phát triển vững chắc.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Ban cán sự đảng Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo xây dựng Đề án thực hiện Nghị quyết, trình Hội đồng nhân dân tỉnh xem xét, quyết định theo thẩm quyền; cụ thể hoá thành chương trình, kế hoạch hàng năm để thực hiện; trong đó, mỗi nhiệm vụ, giải pháp của Nghị quyết cần phân công cụ thể cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp và quy định thời gian hoàn thành; thường xuyên theo dõi, đôn đốc kiểm tra việc thực hiện Nghị quyết, định kỳ sơ kết, tổng kết và báo cáo Ban Thường vụ Tỉnh ủy.

2. Các cấp ủy đảng trực thuộc Tỉnh ủy, đảng đoàn, ban cán sự đảng, Đoàn Thành niên Cộng sản Hồ Chí Minh tỉnh tổ chức phổ biến, quán triệt Nghị quyết của Ban Thường vụ Tỉnh ủy, xây dựng kế hoạch thực hiện phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và điều kiện thực tế tại địa phương, đơn vị.

3. Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy tham mưu tổ chức quán triệt Nghị quyết; phối hợp với Ban cán sự đảng Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo các cơ quan thông tin đại chúng đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến Nghị quyết và Kế hoạch hành động của Ủy ban nhân dân tỉnh.

4. Ủy ban kiểm tra Tỉnh ủy tham mưu cho Ban Thường vụ Tỉnh ủy có kế hoạch giám sát, kiểm tra việc tổ chức thực hiện Nghị quyết.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng (b/c),
- Văn phòng Trung ương Đảng (b/c),
- Đoàn Đại biểu Quốc hội tỉnh,
- Các đảng đoàn, ban cán sự đảng, BTV Đoàn TNCS HCM tỉnh,
- Các cấp ủy đảng trực thuộc Tỉnh ủy,
- UBKT và các ban của Tỉnh ủy,
- Các đồng chí UVBCH Đảng bộ tỉnh,
- Các sở, ban, ngành tỉnh,
- UBND các huyện, thị, thành phố,
- Trung tâm Công báo và Tin học tỉnh,
- Báo BR-VT, Đài PT-TH tỉnh,
- Lưu Văn phòng Tỉnh ủy (NTTHoài).

**T/M BAN THƯỜNG VỤ
BÍ THƯ**

Nguyễn Hồng Lĩnh