

## PHẦN VĂN BẢN KHÁC

### ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ

**ỦY BAN NHÂN DÂN  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: 3606/QĐ-UBND

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 10 năm 2022

### QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Đề án Xây dựng Thương hiệu Vàng  
nông nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2022 - 2030**

### CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Nghị quyết số 54/2017/QH14 ngày 24 tháng 11 năm 2017 của Quốc hội về thí điểm cơ chế, chính sách đặc thù phát triển Thành phố Hồ Chí Minh;

Căn cứ Quyết định số 1068/QĐ-TTg ngày 22 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược Sở hữu Trí tuệ đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 1320/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 2205/QĐ-TTg ngày 24 tháng 12 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Phát triển Tài sản Trí tuệ đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28 tháng 01 năm 2022 của Thủ tướng Chính Phủ về việc phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050;

Căn cứ Quyết định số 2092/QĐ-UBND ngày 17 tháng 9 năm 2021 của Ủy ban nhân dân Thành phố về việc phê duyệt Chương trình phát triển giống cây, con và

*nông nghiệp công nghệ cao trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2020 - 2030;*

*Căn cứ Chương trình hành động số 12-CTr/TU ngày 13 tháng 01 năm 2022 của Thành ủy Thành phố phê duyệt Chương trình hành động thực hiện Kết luận số 81-KL/TW ngày 29 tháng 7 năm 2020 của Bộ Chính trị về bảo đảm an ninh lương thực trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030;*

*Căn cứ Quyết định số 133/QĐ-UBND ngày 11 tháng 01 năm 2022 của Ủy ban nhân dân Thành phố về mục tiêu, chỉ tiêu, chương trình công tác thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2022.*

Theo đề nghị của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Tờ trình số 2387/TTr-SNN ngày 30 tháng 9 năm 2022 về việc phê duyệt Đề án Xây dựng Thương hiệu Vàng nông nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2022 - 2030,

### **QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt Đề án Xây dựng Thương hiệu Vàng nông nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2022 - 2030 (Đính kèm).

**Điều 2.** Giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành có liên quan, Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức và các quận - huyện, các đơn vị, doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh triển khai Đề án Xây dựng Thương hiệu Vàng nông nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2022 - 2030.

**Điều 3.** Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

**Điều 4.** Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân Thành phố, Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Giám đốc Sở Công Thương, Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ, Giám đốc Sở Du lịch, Giám đốc Sở Văn hóa và Thể thao, Giám đốc Sở Tài chính, Sở Thông tin và Truyền thông, Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố, Chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các quận - huyện và Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**KT. CHỦ TỊCH  
PHÓ CHỦ TỊCH**

**Võ Văn Hoan**

**ỦY BAN NHÂN DÂN  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**ĐỀ ÁN**  
**XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU VÀNG NÔNG NGHIỆP**  
**THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH GIAI ĐOẠN 2022 - 2030**  
*(Kèm theo Quyết định số 3606/QĐ-UBND ngày 24 tháng 10 năm 2022  
của Ủy ban nhân dân Thành phố)*

Trong những năm qua, Thành phố đã ban hành nhiều chính sách, chương trình, đề án hướng đến việc hỗ trợ các hợp tác xã, cơ sở kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa có cơ hội duy trì và phát triển. Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu<sup>1</sup> nông sản của các đơn vị trong lĩnh vực nông nghiệp còn giới hạn, chưa thực sự thấy rõ vai trò, chưa phát huy tiềm năng của việc xây dựng cũng như bảo vệ thương hiệu sản phẩm nông sản, đặc biệt, trong giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. So sánh với các doanh nghiệp nông nghiệp trên thế giới, doanh nghiệp nông nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp nông nghiệp Thành phố nói riêng vẫn còn lúng túng trong việc xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu sản phẩm.

Do đó, việc xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp rất cần thiết, tất yếu và phải có kế hoạch cụ thể, để huy động nguồn lực và sự hỗ trợ của các sở ban ngành, Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức và các quận, huyện trên địa bàn Thành phố nhằm khai thác được thế mạnh của thương hiệu nông nghiệp Thành phố gắn với các chỉ dẫn địa lý, địa danh lịch sử của từng địa phương, từ đó, nâng cao giá trị và lựa chọn những sản phẩm có tiềm năng và thế mạnh để phát triển thương hiệu.

Đề án gồm có sáu phần:

- Sự cần thiết;
- Các căn cứ để xây dựng Đề án;
- Nội dung Đề án;
- Nguồn tài chính triển khai;
- Hội đồng xét chọn;

<sup>1</sup> Xây dựng thương hiệu là quá trình gắn cho tổ chức, công ty, sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể một ý nghĩa, đặc điểm nhất định bằng cách tạo dựng và định hình một thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng. Đây là một chiến lược được thiết kế bởi chính các doanh nghiệp để giúp mọi người nhanh chóng nhận diện và trải nghiệm thương hiệu của doanh nghiệp (Kolter & Keller, 2015).

- Lộ trình thực hiện;
- Tổ chức thực hiện Đề án.

## **PHẦN I**

### **SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN**

1. Thành phố Hồ Chí Minh là thị trường tiêu thụ nông sản lớn của các tỉnh phía Nam và cả nước. Nhu cầu tiêu thụ đa dạng và phong phú với nhiều phân khúc thị trường khác biệt, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp phát triển thương hiệu, tìm chỗ đứng trên thị trường, cơ hội tiếp cận với người tiêu dùng dễ dàng hơn so với các thị trường khác và đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách, chương trình đề án hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp, hỗ trợ tiêu thụ nông sản là động lực và đòn bẩy giúp các doanh nghiệp nông nghiệp vừa và nhỏ ngày càng phát triển, đặc biệt, là tổ chức nhiều hoạt động kết nối giữa doanh nghiệp và người dân, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp tiếp cận thị trường và quảng bá thương hiệu nông sản Thành phố và các tỉnh.

2. Trong những năm qua, các cấp, các ngành đã xây dựng nhiều giải thưởng và chứng nhận về thương hiệu sản phẩm như Giải thưởng Thương hiệu Quốc gia Việt Nam, Giải thưởng Bông lúa vàng Việt Nam, Giải thưởng Thương hiệu vàng Nông nghiệp Việt Nam (Tổng hội Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam trao tặng), Giải thưởng Thương hiệu vàng Thành phố Hồ Chí Minh. Các giải thưởng ra đời với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia, thương hiệu Thành phố thông qua thương hiệu sản phẩm đặc trưng, trong đó có sản phẩm nông nghiệp.

3. Tuy nhiên, việc xây dựng và phát triển thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp Thành phố vẫn còn một số hạn chế như:

- Các hoạt động hỗ trợ xây dựng thương hiệu cho nông sản Thành phố chưa được thực hiện một cách bài bản, chuyên nghiệp. Nhiều doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp chưa thực sự quan tâm đúng mức về tầm quan trọng của việc xây dựng và bảo vệ thương hiệu sản phẩm.

- Các doanh nghiệp, đặc biệt, là doanh nghiệp nhỏ và vừa, các mô hình kinh tế hợp tác xã nông nghiệp Thành phố thường không đáp ứng được một số tiêu chí nhất định trong quá trình xét chọn các giải thưởng về thương hiệu của cả nước nói chung và Thành phố nói riêng.

- Đầu ra cho các sản phẩm phụ thuộc chủ yếu dựa vào thương nhân. Khả năng tiếp cận thị trường của người sản xuất vẫn còn hạn chế. Mặc dù số lượng các hợp tác xã, doanh nghiệp mới thành lập gia tăng theo từng năm, nhưng thương hiệu các hợp tác

xã, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp chưa thực sự nổi bật trên thị trường hiện nay. So với các tỉnh thành trên cả nước, thương hiệu của các đơn vị sản xuất nông nghiệp chủ lực, OCOP (viết tắt theo tiếng Anh là One commune one product) của Thành phố chưa thực sự tạo được sức hút, người tiêu dùng trên cả nước chưa biết đến nhiều; sản phẩm bị mất thương hiệu hoặc chưa có tiếng trên thị trường quốc tế.

- Các giải thưởng và chứng nhận về thương hiệu sản phẩm đã nêu trên phần lớn hướng đến nhiều ngành nghề hoặc thương hiệu của các địa phương trên cả nước mà chưa có một giải thưởng riêng cho từng sản phẩm cụ thể nhằm khuyến khích phong trào xây dựng thương hiệu nông sản Thành phố phát triển.

4. Đề án Xây dựng Thương hiệu Vàng Nông nghiệp Thành phố giai đoạn 2022 - 2030, định hướng nghiên cứu và các nội dung tổ chức thực hiện nhằm khuyến khích mô hình kinh tế hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa được nâng tầm thông qua việc hỗ trợ xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu sản phẩm nông nghiệp Thành phố. Đề tận dụng những điều kiện có sẵn và phát huy tối đa tiềm năng các nguồn lực xã hội hiện có, kết hợp thế mạnh của một thành phố năng động, sáng tạo, Thành phố cần một Đề án xây dựng thương hiệu riêng cho sản phẩm ngành nông nghiệp, đây là nội lực để thúc đẩy sự phát triển kinh tế - văn hóa và xã hội. Điều này, có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy sản xuất nông nghiệp theo Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ XI, nhiệm kỳ 2020 - 2025 đề ra phương hướng là phát triển nông nghiệp đô thị hiện đại, hiệu quả, bền vững theo hướng nông nghiệp công nghệ cao, công nghệ sinh học, là trung tâm sản xuất giống cây trồng, giống vật nuôi có năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng cao, an toàn của khu vực.

## **PHẦN II**

### **CÁC CĂN CỨ ĐỀ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN**

Đề án được xây dựng trên các căn cứ sau:

- Quyết định số 1068/QĐ-TTg ngày 22 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược Sở hữu Trí tuệ đến năm 2030;

- Quyết định số 1320/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030;

- Quyết định số 2205/QĐ-TTg ngày 24 tháng 12 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Phát triển Tài sản Trí tuệ đến năm 2030;

- Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28 tháng 01 năm 2022 của Thủ tướng Chính

phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050;

- Quyết định số 2092/QĐ-UBND ngày 17 tháng 9 năm 2021 của Ủy ban nhân dân Thành phố về phê duyệt Chương trình phát triển giống cây, con và nông nghiệp công nghệ cao trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2020 - 2030;

- Chương trình hành động số 12-CTr/TU ngày 13 tháng 01 năm 2022 của Thành ủy Thành phố phê duyệt Chương trình hành động thực hiện Kết luận số 81-KL/TW ngày 29 tháng 7 năm 2020 của Bộ Chính trị về bảo đảm an ninh lương thực trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030;

### **PHẦN III NỘI DUNG ĐỀ ÁN**

#### **I. MỤC TIÊU**

##### **1. Mục tiêu chung**

- Nâng cao nhận thức của các mô hình kinh tế tập thể, doanh nghiệp về vai trò, tầm quan trọng của việc xây dựng, phát triển thương hiệu, là chìa khóa giúp gia tăng giá trị sản phẩm, giá trị doanh nghiệp, hợp tác xã góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị trí trên thị trường. Đồng thời, tạo động lực khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã tích cực đổi mới, sáng tạo, phát triển thương hiệu sản phẩm bền vững.

- Đẩy mạnh xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP, nhóm sản phẩm chủ lực và tiềm năng ngành nông nghiệp Thành phố<sup>2</sup>, sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu, đặc sản các địa phương của Thành phố, gắn liền các giải pháp hỗ trợ cụ thể cho từng sản phẩm của doanh nghiệp, hợp tác xã để phát triển thương hiệu, đồng thời bảo trợ cho các thương hiệu sản phẩm chất lượng, uy tín tạo chỗ đứng vững vàng trên thị trường trong nước và quốc tế.

##### **2. Mục tiêu cụ thể**

- Tìm kiếm, phát hiện, lựa chọn các sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực và tiềm năng ngành nông nghiệp Thành phố, sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu, đặc sản địa phương của Thành phố phù hợp với tiêu chí các giải thưởng để định hướng, có chính sách hỗ trợ xây dựng, phát triển thương hiệu, xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, tham gia hoạt động xúc tiến thương mại (hội chợ, triển lãm, hội thi, lễ hội, chợ phiên) và mở

---

<sup>2</sup> Theo Quyết định 4545/QĐ-UBND ngày 15 tháng 10 năm 2022 của Ủy ban nhân dân Thành phố về việc ban hành danh mục nhóm sản phẩm chủ lực ngành nông nghiệp Thành phố.

rộng kênh tiêu thụ, gia tăng mức độ nhận diện thương hiệu cho các sản phẩm.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã nâng cao nhận thức, năng lực, khắc phục hạn chế nhằm đáp ứng các tiêu chí tham gia giải thưởng Thương hiệu vàng nông nghiệp Thành phố. Đồng thời, khuyến khích phát triển phong trào xây dựng thương hiệu vàng sản phẩm nông nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

- Phần đầu đến năm 2025 tổ chức Lễ công bố giải thưởng Thương hiệu Vàng nông nghiệp Thành phố lần thứ nhất; từ năm 2025 đến năm 2030 tổ chức Lễ công bố giải thưởng Thương hiệu Vàng Nông nghiệp Thành phố theo định kỳ 02 năm/lần.

## II. NHIỆM VỤ

- Tìm kiếm đơn vị phù hợp, có tiềm năng để hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu. Nghiên cứu xây dựng nội dung tập huấn, đào tạo phù hợp với năng lực của đối tượng tham gia nhằm nâng cao nhận thức và năng lực xây dựng thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp, hợp tác xã.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã đẩy mạnh các hoạt động nhằm đầu tư phát triển thương hiệu gắn với chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể kết hợp các chiến lược sản phẩm, chiến lược đa dạng thương hiệu; xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, chiến lược phát triển thương hiệu theo từng thời kỳ; tăng cường các giải pháp bảo vệ thương hiệu, đăng ký bảo hộ quyền sở hữu, rào cản chống xâm phạm thương hiệu; mở rộng kênh phân phối sản phẩm bao gồm: kênh phân phối truyền thống, hiện đại, các cửa hàng kinh doanh nông sản, đặc sản vùng miền và các sàn thương mại điện tử.

- Phát huy tối đa chính sách, pháp luật, quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ; tăng cường nguồn lực để thúc đẩy phát triển các hoạt động tạo ra tài sản trí tuệ và khai thác, nâng cao hiệu quả các hoạt động thực thi quyền, hình thành tạo dựng văn hóa sở hữu trí tuệ trong xã hội; chủ động hợp tác và hội nhập quốc tế về sở hữu trí tuệ.

- Tăng cường các hoạt động tạo ra tài sản trí tuệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đổi mới sáng tạo và sở hữu trí tuệ; hỗ trợ thúc đẩy đăng ký bảo hộ, nâng cao hiệu quả quản lý, khai thác và phát triển tài sản trí tuệ, thực thi và chống xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; phát triển, nâng cao năng lực các tổ chức và chủ thể có tài sản trí tuệ.

- Xây dựng Quy chế, chiến lược quảng bá sâu, rộng đến tất cả các đối tượng tham gia, người dân trong và ngoài Thành phố, tổ chức chương trình trao giải thưởng thương hiệu vàng nông nghiệp; đồng thời, triển khai các hoạt động tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm đạt thương hiệu vàng rộng rãi đến người dân và du khách thông qua các hoạt động sự kiện xúc tiến thương mại, các phương tiện thông tin đại chúng, báo, đài, ấn phẩm quảng bá, cờ phướn, trang thông tin điện tử, chương trình

truyền hình về ẩm thực, chương trình sự kiện nông nghiệp kết hợp văn hóa du lịch tại các địa phương.

### **III. GIẢI PHÁP**

#### **1. Khảo sát, đánh giá thực trạng và lựa chọn đơn vị tiềm năng**

- Khảo sát, đánh giá đúng thực trạng xây dựng thương hiệu của các đối tượng tham gia, từ đó có những giải pháp hỗ trợ cụ thể cho doanh nghiệp, hợp tác xã xây dựng và phát triển thương hiệu.

- Thực hiện khảo sát nhu cầu, đánh giá sự uy tín của doanh nghiệp, hợp tác xã, chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp, khả năng cung ứng hàng hóa, giá cả sản phẩm, dịch vụ khách hàng, lợi thế cạnh tranh và bền vững, khả năng tài chính.

- Phối hợp với các sở ngành địa phương, các hiệp hội, đoàn thể tìm kiếm các doanh nghiệp, hợp tác xã để phát triển những thương hiệu nông nghiệp Thành phố có tiềm năng để ươm tạo.

- Hỗ trợ phát triển, chọn lựa các sản phẩm có thế mạnh để tổ chức và đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ với hình thức phù hợp cho từng thương hiệu nông sản địa phương.

#### **2. Tổ chức đào tạo, khảo sát, nâng cao nhận thức, năng lực kinh nghiệm**

- Thường xuyên xây dựng, cập nhật và triển khai tập huấn, tuyên truyền phổ biến các kiến thức, kỹ năng, chuyên đề có tính chất thực tiễn, hỗ trợ về mặt thông tin, kiến thức, khả năng tư duy, áp dụng hiệu quả trong quá trình xây dựng phương án, chiến lược phát triển thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp Thành phố.

- Tổ chức các lớp tập huấn, đào tạo về kiến thức, kỹ năng xây dựng kế hoạch kinh doanh hiệu quả, kế hoạch marketing mix (tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu kinh doanh, định vị và phát triển thương hiệu, thị phần sản phẩm,...) cho sản phẩm.

- Tổ chức các đoàn khảo sát, học tập các mô hình tổ chức sản xuất, kinh doanh trên địa bàn Thành phố và các tỉnh cho các cá nhân, tổ chức tiềm năng nhằm tăng tính thực tiễn, áp dụng nhanh và bền vững.

#### **3. Hỗ trợ hướng tới đạt các tiêu chí tham gia giải thưởng Thương hiệu vàng nông nghiệp Thành phố**

- Hỗ trợ phát triển, chọn lựa các sản phẩm có thế mạnh để hướng dẫn và đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ với hình thức phù hợp cho từng thương hiệu nông sản địa phương.

- Tư vấn và hỗ trợ xây dựng hình ảnh, câu chuyện sản phẩm gắn liền với giá trị



văn hóa, lịch sử địa phương, đặc biệt là các sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu của Thành phố.

- Tư vấn và thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu sản phẩm phù hợp với xu hướng thị trường như các dạng bao bì thân thiện môi trường. Tư vấn và hỗ trợ các đơn vị xây dựng nền tảng thương hiệu (mục đích, sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị sản phẩm cốt lõi...).

- Hỗ trợ áp dụng đồng bộ các quy trình, công nghệ; sử dụng hợp lý, tiết kiệm vật tư đầu vào cho sản xuất nông nghiệp, sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Tiếp cận và ứng dụng các thành tựu khoa học, kỹ thuật, công nghệ tiên tiến.

- Hỗ trợ nâng cao chất lượng sản phẩm phân tích, đánh giá tiêu chuẩn sản phẩm nông nghiệp đạt tiêu chuẩn quốc tế và thiết lập hệ thống đánh giá, chứng nhận cho các tổ chức công nhận, tổ chức chứng nhận tiêu chuẩn sản phẩm trong nước đạt tiêu chuẩn quốc tế...

#### **4. Hỗ trợ quảng bá, xúc tiến thương mại sản phẩm, mở rộng thị trường**

- Tổ chức hoặc tham gia các hoạt động sự kiện xúc tiến thương mại sản phẩm như hội chợ, triển lãm, hội thi, lễ hội, chợ phiên trên địa bàn Thành phố và tại các tỉnh, thành trong cả nước; các hình thức quảng bá sản phẩm tại sân bay, khách sạn, điểm du lịch,... tham gia, tổ chức giới thiệu hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu được chứng nhận tại các hội chợ, triển lãm, chợ phiên; giới thiệu, quảng bá, phát triển thị trường nội địa và quốc tế, tập trung vào nâng cao giá trị, hiệu quả, đa dạng theo chuỗi giá trị phù hợp với yêu cầu của thị trường; kết nối hệ thống chế biến, phân phối và bán lẻ hiện đại, truyền thống với các chuỗi cung ứng nông sản và gắn với các vùng chuyên canh.

- Hỗ trợ thiết kế, in ấn và phát hành các tài liệu giới thiệu sản phẩm, biểu tượng, hệ thống nhận diện thương hiệu. Các tài liệu giới thiệu sản phẩm, hệ thống nhận diện thương hiệu được thiết kế với các nội dung theo yêu cầu của chủ sở hữu, người trực tiếp tham gia sản xuất, kinh doanh sản phẩm và các tổ chức khác liên quan nhằm quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến đông đảo người tiêu dùng.

- Xây dựng các chuyên mục phóng sự, chương trình quảng cáo trên các phương tiện truyền thông để giới thiệu sản phẩm đạt thương hiệu vàng nông nghiệp; đưa các sản phẩm đạt thương hiệu vàng vào các chương trình truyền hình về ẩm thực, chương trình du lịch trải nghiệm,....

- Xây dựng phương án thương mại hóa cho sản phẩm thông qua các kênh tiêu thụ bao gồm kênh tiêu thụ hiện đại và truyền thống. Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã xây dựng gian hàng trưng bày và bán sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử.

- Thiết kế, lồng ghép chương trình khuyến mại tập trung, tham quan, mua sắm sản phẩm đạt thương hiệu vàng nông nghiệp trong các hoạt động du lịch, điem đến du lịch của Thành phố; xây dựng các chương trình du lịch trải nghiệm gắn kết sản phẩm đạt thương hiệu vàng nhằm quảng bá sản phẩm đến du khách.

#### **PHẦN IV NGUỒN TÀI CHÍNH TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN**

- Các Sở ban ngành, Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức, Ủy ban nhân dân các quận, huyện căn cứ chức năng, nhiệm vụ được phân công, chế độ, chính sách, tiêu chuẩn, định mức do cơ quan có thẩm quyền ban hành để xây dựng dự toán kinh phí, kế hoạch tổ chức triển khai thực hiện theo quy định.

- Nguồn kinh phí thực hiện: Từ nguồn ngân sách Nhà nước đảm bảo theo phân cấp ngân sách, nguồn kinh phí xã hội và các nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định.

#### **PHẦN V HỘI ĐỒNG XÉT CHỌN**

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện Lãnh đạo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

- Phó Chủ tịch Thường trực Hội đồng: Đại diện Lãnh đạo Trung tâm Tư vấn và Hỗ trợ nông nghiệp (đơn vị trực thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn).

- Phó Chủ tịch Hội đồng: Đại diện Lãnh đạo Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh (HUBA).

- Thành viên Hội đồng: Đại diện lãnh đạo một số Hiệp hội, Trường, Hội ngành nghề có liên quan và các chuyên gia trong lĩnh vực thương hiệu.

Việc xem xét, đề cử các thành viên tham gia Hội đồng xét chọn giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố (HUBA), các cơ quan, đơn vị có liên quan thực hiện và ký ban hành Quyết định thành lập Hội đồng xét chọn phù hợp trong từng giai đoạn.

#### **PHẦN VI LỘ TRÌNH THỰC HIỆN ĐỀ ÁN**

##### **I. Giai đoạn 2022 - 2025**

- Ban hành Kế hoạch và tổ chức phát động các chương trình tìm kiếm, đánh giá

thực trạng nhằm chọn lọc những sản phẩm nông nghiệp tiềm năng phát triển thương hiệu.

- Tổ chức các khóa tập huấn chuyên sâu về xây dựng thương hiệu nhằm nâng cao các đơn vị nông nghiệp hiểu đúng vai trò và xây dựng chiến lược, lộ trình phù hợp với năng lực của từng đơn vị. Triển khai hỗ trợ các hoạt động nâng tầm thương hiệu, tư duy của doanh nghiệp, hợp tác xã về xây dựng thương hiệu.

## **II. Giai đoạn 2025 - 2030**

- Tiếp tục đổi mới nội dung, hỗ trợ nhằm đáp ứng yêu cầu đổi mới và phát triển của Thành phố Hồ Chí Minh.

- Đẩy mạnh tôn vinh các sản phẩm chất lượng và quảng bá các thương hiệu đạt danh hiệu rộng rãi ngoài thị trường trong và ngoài nước.

## **PHẦN VII TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn**

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành và các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành Quy chế giải thưởng Thương hiệu Vàng nông nghiệp Thành phố và Kế hoạch, kinh phí chi tiết từng giai đoạn để triển khai thực hiện Đề án; chủ động lồng ghép các mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án với các chương trình, đề án của Ủy ban nhân dân Thành phố đã ban hành để triển khai thực hiện; xây dựng kế hoạch, kinh phí chi tiết hàng năm để triển khai, thực hiện nội dung phù hợp với mục tiêu, giải pháp của Đề án này theo phân cấp ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

- Ký ban hành Quyết định thành lập Hội đồng xét chọn, căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao thực hiện các nội dung liên quan hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp đạt các tiêu chí, đăng ký xét chọn và tiêu chí xét chọn trong Quy chế Giải thưởng

- Theo dõi việc triển khai thực hiện các nhiệm vụ và giải pháp cụ thể; tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân Thành phố định kỳ. Kịp thời báo cáo, đề xuất Ủy ban nhân dân Thành phố xem xét, điều chỉnh, bổ sung các mục tiêu, nội dung, giải pháp, quy chế đáp ứng nhu cầu thực tế, chuẩn bị đầy đủ nguồn lực để triển khai Đề án.

### **2. Sở Công Thương**

- Chủ trì, phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các cơ quan, đơn vị liên quan hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã nuôi, trồng, chế biến, sản xuất nông

sản đạt chuẩn an toàn, sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực, sản phẩm đạt giải Thương hiệu Vàng nông nghiệp của Thành phố tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại do Sở Công Thương chủ trì tổ chức thực hiện.

- Tham gia Hội nghị gặp gỡ và đối thoại với các doanh nghiệp, hợp tác xã, các nhà đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp.

- Vận động các đơn vị phân phối lớn của Thành phố ưu tiên hỗ trợ tiêu thụ nông sản đạt an toàn, sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực, sản phẩm đạt giải Thương hiệu Vàng nông nghiệp của Thành phố.

### **3. Sở Khoa học và Công nghệ**

- Phối hợp Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hỗ trợ, hướng dẫn doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp có nhu cầu đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ hoặc tham gia kết nối với các hoạt động thúc đẩy phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao.

- Chủ động xây dựng kế hoạch chi tiết, kinh phí hàng năm để triển khai các nội dung phù hợp với mục tiêu, giải pháp của Đề án này theo phân cấp ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

### **4. Sở Du lịch**

- Phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cung cấp các thông tin cần thiết về du lịch phục vụ xây dựng đề án và phổ biến các nội dung của Giải thưởng “Thương hiệu Vàng nông nghiệp Thành phố” rộng rãi đến các đối tượng tham gia.

- Chủ động xây dựng kế hoạch chi tiết, kinh phí hàng năm để triển khai nội dung phù hợp mục tiêu, giải pháp của Đề án này theo phân cấp ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

### **5. Sở Văn hóa và Thể thao**

- Phối hợp Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong việc hỗ trợ xây dựng câu chuyện sản phẩm gắn liền giá trị di sản văn hóa địa phương.

- Hướng dẫn, hỗ trợ thủ tục Thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo và băng rôn.

### **6. Sở Tài chính**

Tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố bố trí dự toán kinh phí từ nguồn ngân sách Nhà nước theo phân cấp ngân sách để triển khai thực hiện Đề án này theo quy định.

### **7. Sở Thông tin và Truyền thông**

Thực hiện công tác tuyên truyền, phổ biến quảng bá thông tin thương hiệu sản phẩm nông nghiệp đến người dân Thành phố.

### **8. Ban Quản lý An toàn Thực phẩm Thành phố**

Hỗ trợ hướng dẫn, cấp giấy chứng nhận an toàn thực phẩm, đồng thời, kiểm tra, giám sát các doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp quản lý an toàn thực phẩm để đạt các tiêu chí đăng ký xét chọn và tiêu chí xét chọn trong Quy chế Giải thưởng.

### **9. Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức và các quận, huyện**

- Hỗ trợ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp tại địa phương sản xuất các sản phẩm chủ lực, tiềm năng trong lĩnh vực nông nghiệp, sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu, đặc sản địa phương tham gia Đề án.

- Tuyên truyền, hỗ trợ và tạo điều kiện cho các tổ chức kinh tế hợp tác, hợp tác xã, trang trại ứng dụng có hiệu quả các tiến bộ kỹ thuật, mở rộng thị trường, củng cố hoạt động, xây dựng thương hiệu; theo dõi, hỗ trợ giới thiệu các đặc sản nông sản có thể mạnh của địa phương để xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản đặc trưng của địa phương. Hỗ trợ các hộ sản xuất kinh doanh, hợp tác xã, doanh nghiệp đủ mạnh tham gia thực hiện Đề án.

- Chủ động xây dựng kế hoạch chi tiết, kinh phí hàng năm để triển khai nội dung phù hợp với mục tiêu, giải pháp của Đề án này theo phân cấp ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

### **10. Hội Nông dân Thành phố**

- Phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các cơ quan, đơn vị liên quan tổ chức tuyên truyền, phổ biến nội dung Đề án đến các tổ chức, doanh nghiệp, hợp tác xã, cá nhân để tham gia thực hiện.

- Hỗ trợ, giới thiệu cho các tổ chức, cá nhân, thành viên tham gia các nội dung hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu, tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp tham gia giải thưởng.

### **11. Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh**

Phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề cử, chọn các chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực thương hiệu tham gia Hội đồng xét chọn và ký ban hành Quyết định thành lập Hội đồng xét chọn.

### **12. Các Hội, Hiệp hội, Hội Ngành nghề nông nghiệp Thành phố**

- Phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các Sở, ngành liên quan, Ủy ban nhân dân thành phố Thủ Đức và các quận, huyện hỗ trợ, giới thiệu các

tổ chức, cá nhân, thành viên tham gia nội dung hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu, tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp, hợp tác xã kinh doanh có sản phẩm tham gia giải thưởng.

- Tổ chức tuyên truyền, phổ biến các nội dung Đề án đến các tổ chức, doanh nghiệp, hợp tác xã, cá nhân để tham gia thực hiện.

### **13. Trường Đại học Kinh tế, Trường Đại học Nông lâm, Trường Đại học Kiến trúc, Trường Đại học Mỹ thuật**

Phối hợp phổ biến kiến thức về xây dựng thương hiệu và phát triển thương hiệu; hỗ trợ các doanh nghiệp và hợp tác xã thiết kế bao bì, thiết kế logo, biểu tượng, truyền thông thị giác trong hệ thống nhận diện thương hiệu ứng dụng cho các sản phẩm nông nghiệp.

### **14. Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh**

Phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan thực hiện tuyên truyền, phổ biến kiến thức về xây dựng thương hiệu, sở hữu trí tuệ thông qua các phóng sự, chuyên mục về sở hữu trí tuệ và phát triển thương hiệu; giải thưởng thương hiệu vàng nông nghiệp về các sản phẩm đạt giải đến với người dân.

### **15. Tổng Công ty Thương mại Sài Gòn - TNHH MTV và Liên hiệp Hợp tác xã Thương mại Thành phố**

Hỗ trợ và tạo điều kiện cho các sản phẩm đạt giải thưởng tham gia vào các hệ thống phân phối của đơn vị.

### **16. Doanh nghiệp, hợp tác xã, các đơn vị sản xuất - kinh doanh trên địa bàn Thành phố**

Nhận thức đúng và đầy đủ về thương hiệu, xây dựng chiến lược trong quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh; đào tạo đội ngũ nhân lực xây dựng thương hiệu, tham gia các hội chợ thương mại trong và ngoài nước, quảng bá sản phẩm; thường xuyên đổi mới sáng tạo, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, đầu tư nâng cấp công nghệ, sản xuất những sản phẩm có chất lượng cao, mẫu mã đẹp, giá cả phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng./.

**ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ**