

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

Số: **706** /QĐ-TTg

Hà Nội, ngày **01** tháng 5 năm 2015

**QUYẾT ĐỊNH**

**Phê duyệt Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020,  
tầm nhìn đến năm 2030**

**THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ**

Căn cứ Luật tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 11 năm 2001;

Căn cứ Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05 tháng 8 năm 2008 của Hội nghị lần thứ 7 Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

Căn cứ Nghị quyết số 24/2008/NQ-CP ngày 28 tháng 10 năm 2008 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05 tháng 8 năm 2008;

Căn cứ Nghị quyết số 10/NQ-CP ngày 24 tháng 4 năm 2012 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động triển khai thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020 và phương hướng, nhiệm vụ phát triển đất nước 5 năm 2011 - 2015;

Căn cứ Quyết định số 439/QĐ-TTg ngày 16 tháng 4 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Danh mục sản phẩm quốc gia thực hiện từ năm 2012 thuộc Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020;

Căn cứ Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính Phủ về việc phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn,

**QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (sau đây gọi tắt là Đề án) với các nội dung chính như sau:

**I. QUAN ĐIỂM**

1. Thương hiệu gạo Việt Nam là một công cụ nhằm tái cấu trúc lại ngành lúa gạo của Việt Nam về sản phẩm, thị trường, bảo đảm sự phát triển bền vững, hiệu quả cho sản phẩm gạo. Xây dựng thương hiệu phải gắn với chuỗi giá trị sản phẩm, xây dựng vùng sản xuất, ứng dụng khoa học công nghệ về giống, kỹ thuật, chế biến, bảo quản, đóng gói và phân phối, tiếp thị.

2. Phát triển thương hiệu gạo Việt Nam là quá trình tạo dựng những giá trị chung của sản phẩm gạo Việt Nam, định vị những giá trị đó trên thị trường, xây dựng và duy trì lòng tin của doanh nghiệp, người tiêu dùng đối với sản phẩm gạo Việt Nam bằng uy tín của doanh nghiệp, sản phẩm và sự bảo đảm của Nhà nước. Định vị sản phẩm gạo Việt Nam gắn với những lợi thế quốc gia, vùng, địa phương về chất lượng, giá trị, nguồn gốc, lịch sử, văn hóa truyền thống và những giá trị kinh tế - xã hội khác.

3. Thương hiệu gạo Việt Nam được xây dựng dưới hình thức bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận và nhãn hiệu thương mại nhằm mục tiêu quảng bá, quản lý và bảo vệ sở hữu trí tuệ tại các nước nhập khẩu. Thương hiệu gạo Việt Nam được xây dựng gồm: nhãn hiệu chứng nhận quốc gia gạo Việt Nam; chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận cho các sản phẩm gạo của vùng, địa phương; nhãn hiệu cho sản phẩm gạo của doanh nghiệp.

4. Xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam tập trung vào 2 nội dung:

- Lựa chọn phân khúc thị trường gạo chất lượng cao và đặc sản cho xuất khẩu nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh, giá trị của sản phẩm trên các thị trường có yêu cầu chất lượng cao như: Mỹ, Nhật Bản, EU...

- Duy trì và giữ vững sự ổn định tại các thị trường truyền thống với các sản phẩm gạo cấp trung bình (gạo trắng, hạt dài), nâng cao giá trị bằng các kênh phân phối trực tiếp, củng cố và duy trì sự tin tưởng của người tiêu dùng.

5. Nhà nước tổ chức và hỗ trợ thực hiện các hoạt động quảng bá, giới thiệu thương hiệu gạo Việt Nam trong nước và ngoài nước; hỗ trợ bằng chính sách để giúp các tổ chức, cá nhân (doanh nghiệp, hiệp hội, người sản xuất...) thúc đẩy sản xuất, mở rộng thị trường, nâng cao giá trị, khả năng cạnh tranh, uy tín và thị phần của sản phẩm gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

6. Doanh nghiệp đóng vai trò chủ chốt trong xây dựng, sử dụng và phát triển thương hiệu gạo Việt Nam thông qua xây dựng, phát triển thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo để tổ chức, quản trị sản xuất, chế biến, phát triển thị trường, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

## II. MỤC TIÊU

### 1. Mục tiêu chung

Xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam nhằm định vị giá trị, hình ảnh sản phẩm gạo Việt Nam, nâng cao sự nhận biết của các nhà sản xuất, nhập khẩu, phân phối và người tiêu dùng trong nước và ngoài nước đối với các sản phẩm gạo của Việt Nam, tạo cơ sở để củng cố và phát triển thị trường, nâng cao giá trị gia tăng, thị phần và sức cạnh tranh của sản phẩm gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

## 2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2020

a) Xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam gắn với lịch sử, văn hóa, truyền thống, chất lượng sản phẩm và lợi thế của Việt Nam. Hình ảnh gạo Việt Nam được quảng bá, giới thiệu rộng rãi trong nước và đến ít nhất 20 thị trường xuất khẩu thông qua một chương trình dài hạn, đồng bộ, kết hợp với quảng bá du lịch, ẩm thực, văn hóa nông nghiệp, đất nước và con người Việt Nam;

b) Thương hiệu gạo quốc gia được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận tại Việt Nam và ít nhất 50 quốc gia;

c) Xây dựng và phát triển thương hiệu gạo vùng, địa phương tại những vùng, địa phương có năng lực sản xuất gạo quy mô lớn, có chất lượng phù hợp yêu cầu của thị trường tiêu thụ và được đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ theo quy định;

d) Các doanh nghiệp xây dựng, phát triển thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo được đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ theo quy định;

đ) Tổ chức sản xuất, chế biến và phân phối các sản phẩm gạo trắng, gạo thơm và đặc sản, đến năm 2020 đạt 20% sản lượng gạo xuất khẩu mang thương hiệu gạo Việt Nam và tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị toàn cầu.

## 3. Tầm nhìn đến năm 2030

Xây dựng được các vùng sản xuất lúa gạo xuất khẩu ổn định, hiệu quả và bền vững, đưa gạo Việt Nam trở thành thương hiệu hàng đầu thế giới về chất lượng, an toàn thực phẩm. Phấn đấu đến năm 2030, đạt 50% sản lượng gạo xuất khẩu mang thương hiệu gạo Việt Nam, trong đó 30% tổng sản lượng gạo xuất khẩu là nhóm gạo thơm và gạo đặc sản.

## III. NỘI DUNG

### 1. Nâng cao hình ảnh, giá trị thương hiệu gạo Việt Nam

a) Tổ chức hoạt động đồng bộ nhằm quảng bá, giới thiệu hình ảnh thương hiệu gạo Việt Nam đến doanh nghiệp, người tiêu dùng tại thị trường trong nước và quốc tế thông qua các hoạt động: tuần lễ gạo Việt Nam ở trong nước và nước ngoài; tổ chức, tham gia hội nghị, hội thảo, triển lãm, hội chợ xúc tiến thương mại gạo ở trong và ngoài nước; quảng cáo hình ảnh, thương hiệu gạo trên các phương tiện thông tin đại chúng trong nước và quốc tế...;

b) Xây dựng và triển khai kế hoạch hợp tác chung giữa các cơ quan xúc tiến thương mại với doanh nghiệp để quảng bá, giới thiệu hình ảnh, chất lượng gạo Việt Nam trên thị trường thế giới;

c) Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam trong nghiên cứu, đánh giá khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường; xây dựng và phát triển kênh phân phối sản phẩm gạo ở trong nước và ngoài nước;

d) Thúc đẩy hợp tác quốc tế về xây dựng, quản lý và quảng bá thương hiệu gạo Việt Nam.



## 2. Phát triển thương hiệu gạo quốc gia

### a) Xây dựng thương hiệu gạo quốc gia

- Xây dựng thương hiệu gạo quốc gia (hình ảnh nhận diện, ngôn ngữ, phong cách...) thể hiện bản sắc về văn hóa, lịch sử nền văn minh nông nghiệp, đất nước, con người Việt Nam và lợi thế của sản phẩm;

- Xây dựng hệ thống các chỉ tiêu sản phẩm mang thương hiệu gạo quốc gia về: giống, nhóm giống lúa; tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm; quy trình sản xuất, chế biến, cung ứng... trên cơ sở phát huy những đặc trưng, giá trị, lợi thế của gạo Việt Nam, phù hợp với yêu cầu chất lượng theo từng phân khúc thị trường;

- Đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ thương hiệu gạo quốc gia dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận ở trong nước và các quốc gia là thị trường chiến lược và thị trường tiềm năng của gạo Việt Nam;

- Nghiên cứu, khảo sát, phân tích xu hướng thị trường xuất khẩu (phân khúc, thị hiếu, dự báo nhu cầu, kênh phân phối...); các đối thủ cạnh tranh; thực trạng chuỗi giá trị sản xuất gạo và việc xây dựng, phát triển thương hiệu gạo Việt Nam;

- Xây dựng chiến lược định vị thương hiệu gạo Việt Nam, xác định phân khúc thị trường, phân khúc sản phẩm hướng tới; cam kết các giá trị thương hiệu mong muốn đối với các thành phần trong chuỗi giá trị, thị trường xuất khẩu và người tiêu dùng; cơ cấu quản trị thương hiệu ở các cấp độ.

### b) Tổ chức quản lý và sử dụng thương hiệu gạo quốc gia

- Xây dựng các quy định, cơ chế quản lý và sử dụng thương hiệu gạo quốc gia; tổ chức bộ máy phù hợp để quản lý thương hiệu gạo quốc gia;

- Hướng dẫn, hỗ trợ tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia;

- Thúc đẩy các địa phương, tổ chức, doanh nghiệp xây dựng, phát triển thương hiệu gạo vùng, địa phương và thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo đạt các tiêu chí thương hiệu gạo quốc gia;

- Xây dựng các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia trong xây dựng vùng nguyên liệu, liên kết chuỗi giá trị, nâng cao chất lượng giống, công nghệ hỗ trợ, quản lý chất lượng, xây dựng các tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm gạo;

- Hỗ trợ, ưu đãi phù hợp về quản lý xuất khẩu, thuế đối với các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia nhằm tạo cơ chế thuận lợi, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm gạo sử dụng thương hiệu gạo quốc gia, có kênh phân phối riêng trên thị trường quốc tế;

- Tổ chức kiểm tra chất lượng, giám sát việc sử dụng, khai thác thương hiệu gạo quốc gia đối với các tổ chức, doanh nghiệp.

### 3. Phát triển thương hiệu gạo vùng, địa phương

#### a) Phát triển hiệu quả thương hiệu gạo vùng, địa phương đã được bảo hộ

- Tăng cường quản lý, sử dụng và khai thác các thương hiệu gạo vùng, địa phương đã được bảo hộ: chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận;

- Hỗ trợ quảng bá, giới thiệu xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường cho các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo vùng, địa phương.

#### b) Xây dựng và phát triển mới các thương hiệu gạo vùng, địa phương

- Xây dựng và phát triển các thương hiệu gạo vùng, địa phương cho các sản phẩm gạo đặc sản, giống địa phương, phù hợp với định hướng thương hiệu gạo quốc gia nhằm phát huy giá trị, chất lượng của sản phẩm gạo tại địa phương:

+ Xây dựng hình ảnh đặc trưng của thương hiệu gạo vùng, địa phương gắn với các giá trị về lịch sử, danh tiếng, giống và đặc thù chất lượng dưới các hình thức bảo hộ: chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận;

+ Đánh giá, xây dựng các tiêu chuẩn sản phẩm mang thương hiệu gạo vùng, địa phương trên cơ sở lợi thế về giống, chất lượng sản phẩm;

+ Tổ chức quản lý và sử dụng các thương hiệu vùng, địa phương cho các sản phẩm gạo, thực hiện các cơ chế, chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp, tổ chức phát triển thương hiệu vùng, địa phương.

- Ưu tiên lựa chọn 03 giống đặc sản tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long để hỗ trợ xây dựng, phát triển thành thương hiệu gạo vùng, địa phương hướng tới trở thành thương hiệu gạo quốc gia bao gồm: giống jasmine, giống lúa thơm và giống nếp đặc sản;

- Tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm, xúc tiến thương mại cho các doanh nghiệp, sản phẩm gạo sử dụng thương hiệu vùng, địa phương.

### 4. Phát triển thương hiệu doanh nghiệp, nhãn hiệu sản phẩm gạo

a) Tăng cường năng lực của các doanh nghiệp trong xây dựng và phát triển thương hiệu doanh nghiệp, nhãn hiệu sản phẩm gạo; hỗ trợ tư vấn cho doanh nghiệp trong đăng ký bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp, nhãn hiệu sản phẩm gạo ở trong nước và ngoài nước;

b) Xây dựng và triển khai các chương trình, hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá thương hiệu doanh nghiệp, nhãn hiệu sản phẩm gạo; phát triển kênh phân phối của doanh nghiệp trên thị trường trong nước và ngoài nước;

c) Hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu, công nghệ, cơ sở hạ tầng, quản trị thương hiệu, quản lý chất lượng cho doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia, vùng, địa phương gắn với thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo.

5. Các dự án trọng điểm thực hiện Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam

a) Dự án xây dựng và quản lý thương hiệu gạo quốc gia.

b) Dự án phát triển thương hiệu gạo quốc gia đối với một số sản phẩm gạo chủ lực của vùng Đồng bằng sông Cửu Long;

c) Dự án bảo hộ thương hiệu gạo Việt Nam và hỗ trợ các doanh nghiệp đăng ký bảo hộ thương hiệu gạo trên thị trường quốc tế;

d) Dự án quảng bá thương hiệu gạo Việt Nam đến người sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng;

đ) Dự án xúc tiến xuất khẩu và phát triển thị trường cho doanh nghiệp và sản phẩm mang thương hiệu gạo Việt Nam.

#### **IV. GIẢI PHÁP**

1. Về nghiên cứu, dự báo thị trường, quản lý và sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam

a) Nghiên cứu xây dựng tiêu chuẩn gạo xuất khẩu, tiêu chuẩn gạo mang thương hiệu gạo quốc gia gạo phù hợp với các phân khúc thị trường và các tiêu chí phát triển bền vững của ngành gạo thế giới;

b) Xây dựng hình ảnh, biểu tượng đặc trưng thương hiệu gạo quốc gia, thương hiệu gạo vùng, địa phương và thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo;

c) Nâng cao hiệu quả hoạt động nghiên cứu, ứng dụng công nghệ hỗ trợ trong chế biến, bảo quản, đóng gói sản phẩm gạo;

d) Tăng cường hoạt động nghiên cứu, dự báo thị trường hàng năm đối với sản phẩm gạo trên thế giới, đánh giá xác định thị trường chiến lược, lợi thế cạnh tranh của sản phẩm gạo Việt Nam;

đ) Xây dựng và ban hành các quy định quản lý và sử dụng thương hiệu gạo quốc gia, thương hiệu gạo vùng, địa phương;

e) Thường xuyên đánh giá hiệu quả, tiềm năng, khó khăn trong phát triển thương hiệu gạo Việt Nam.

2. Tái cấu trúc sản xuất ngành lúa gạo

a) Rà soát, quy hoạch lại các vùng sản xuất lúa mang thương hiệu gạo Việt Nam;

b) Lựa chọn, phát triển một số giống lúa chất lượng cao, phù hợp nhu cầu thị trường xuất khẩu;

c) Thúc đẩy hình thành các loại hình tổ chức nông dân sản xuất lúa như hợp tác xã, tổ hợp tác, hội quản lý vùng sản xuất;

d) Tăng cường hỗ trợ liên kết chuỗi giá trị gắn với doanh nghiệp, quản trị chất lượng trong sản xuất lúa gạo;



đ) Xây dựng các cơ sở sản xuất giống xác nhận, có nguồn gốc rõ ràng, ưu tiên cho các khu vực, doanh nghiệp sản xuất mang thương hiệu gạo Việt Nam;

e) Tổ chức thực hiện các giải pháp về tích tụ đất đai, tổ chức sản xuất để hình thành vùng nguyên liệu sản xuất lúa tập trung;

g) Áp dụng quy trình thực hành sản xuất tốt để sản phẩm gạo đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường.

### 3. Về khoa học công nghệ

a) Tăng cường ứng dụng, phổ biến về công nghệ hỗ trợ trong sản xuất, chế biến, bảo quản và đóng gói sản phẩm gạo, nâng cao khả năng cạnh tranh, chất lượng sản phẩm gạo;

b) Nghiên cứu, đầu tư xây dựng phòng kiểm định chất lượng gạo đạt tiêu chuẩn quốc tế;

c) Rà soát các chương trình khoa học công nghệ, ưu tiên ứng dụng sáng chế về lĩnh vực bảo quản sau thu hoạch, chế biến cho các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam;

d) Thúc đẩy áp dụng công nghệ trong truy xuất nguồn gốc, bảo đảm an toàn thực phẩm đối với sản phẩm gạo.

### 4. Về thương mại, truyền thông

a) Lồng ghép với Chương trình Thương hiệu quốc gia để tổ chức chiến lược quảng bá, giới thiệu đồng bộ về thương hiệu gạo Việt Nam, triển khai tuần lễ gạo Việt Nam ở nước ngoài, giới thiệu sản phẩm trên các phương tiện truyền thông, sự kiện văn hóa, du lịch trong nước và ngoài nước;

b) Hợp tác giữa các cơ quan xúc tiến thương mại của nhà nước về khảo sát thị trường; tổ chức, tham gia triển lãm, hội chợ, hội nghị, hội thảo về sản xuất, kinh doanh gạo, xây dựng và phát triển kênh phân phối riêng tại thị trường nước ngoài thông qua các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia;

c) Nâng cao năng lực, phổ biến kiến thức, thông tin về nội dung các điều ước quốc tế về thương mại, sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp xây dựng, sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam;

d) Tăng cường hoạt động tuyên truyền, quảng bá nâng cao nhận thức đối với doanh nghiệp, địa phương và người tiêu dùng trong nước và ngoài nước về thương hiệu gạo Việt Nam.

### 5. Về sở hữu trí tuệ

a) Tổ chức đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ với hình thức phù hợp cho thương hiệu gạo quốc gia tại các nước là thị trường chiến lược và thị trường tiềm năng của gạo Việt Nam;

b) Lồng ghép các chương trình dự án phát triển tài sản trí tuệ để tăng cường hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn, nâng cao năng lực, đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ cho doanh nghiệp đối với nhãn hiệu sản phẩm gạo ở nước ngoài.

#### 6. Về đầu tư, tài chính, tín dụng

a) Ưu tiên đầu tư cơ sở hạ tầng sản xuất, chế biến, đóng gói sản phẩm gạo tại các vùng sản xuất gạo thương hiệu Việt Nam;

b) Tăng cường đầu tư, hỗ trợ tín dụng xuất khẩu đối với doanh nghiệp xuất khẩu sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam.

#### 7. Về cơ chế, chính sách

a) Rà soát, bổ sung chính sách ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam xây dựng vùng nguyên liệu có chứng nhận chất lượng, liên kết chuỗi giá trị đối với sản phẩm gạo;

b) Rà soát, bổ sung chính sách hỗ trợ về đất đai, tín dụng đầu tư xây dựng cơ sở chế biến, kho chứa đối với các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam. Tập trung triển khai Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn;

c) Sửa đổi, bổ sung, xây dựng các chính sách ưu đãi đầu tư, khuyến khích đổi mới, áp dụng công nghệ hỗ trợ trong chế biến, đóng gói, bảo quản cho sản phẩm mang thương hiệu gạo Việt Nam;

d) Nghiên cứu, xây dựng các chính sách hỗ trợ ưu đãi phù hợp về quản lý xuất khẩu, thuế đối với các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam nhằm tạo cơ chế thuận lợi, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm gạo mang thương hiệu Việt Nam;

đ) Có cơ chế phù hợp hỗ trợ xúc tiến thương mại đối với doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam.

### V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

#### 1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương, cơ quan, địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp liên quan:

a) Xây dựng và quản lý thương hiệu gạo quốc gia;

b) Nghiên cứu, xem xét việc xây dựng thương hiệu vùng cho sản phẩm gạo phù hợp với thương hiệu gạo quốc gia và thương hiệu địa phương;

c) Rà soát, xây dựng Quy hoạch sản xuất gạo thương hiệu Việt Nam;

d) Xây dựng các chính sách thúc đẩy tích tụ đất đai để hình thành các vùng nguyên liệu sản xuất lúa tập trung;



d) Rà soát, bổ sung các chính sách, giải pháp ưu tiên hỗ trợ đối với các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo Việt Nam trong các chương trình, dự án về lĩnh vực giống, ứng dụng và đổi mới công nghệ, quản lý chất lượng, liên kết chuỗi giá trị, đầu tư cơ sở hạ tầng bảo quản, chế biến;

e) Xây dựng, tổ chức triển khai hiệu quả các dự án trọng điểm thực hiện Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam.

## 2. Bộ Công Thương

a) Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu gạo quốc gia;

b) Chủ trì xây dựng các chính sách ưu tiên về quản lý xuất khẩu gạo cho các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia;

c) Rà soát, sửa đổi Nghị định số 109/2010/NĐ-CP ngày 04 tháng 11 năm 2009 về kinh doanh xuất khẩu gạo theo hướng khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu gạo thương hiệu Việt Nam;

d) Chủ trì, phối hợp với cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp liên quan thực hiện các hoạt động nghiên cứu, dự báo thị trường, đánh giá khả năng cạnh tranh của sản phẩm gạo Việt Nam trên thị trường thế giới;

đ) Xây dựng các chính sách hỗ trợ giới thiệu sản phẩm, mở rộng thị trường, xúc tiến thương mại đối với các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia; các thương hiệu gạo vùng, địa phương và thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo;

e) Xây dựng và thực hiện các đề án, hoạt động lồng ghép trong khuôn khổ Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia, Chương trình Thương hiệu quốc gia để hỗ trợ quảng bá, xúc tiến xuất khẩu, phát triển thị trường cho doanh nghiệp, sản phẩm gạo Việt Nam và thương hiệu gạo quốc gia.

## 3. Bộ Khoa học và Công nghệ

a) Chủ trì thực hiện các giải pháp đăng ký bảo hộ thương hiệu gạo Việt Nam tại các nước thông qua việc xây dựng và triển khai dự án bảo hộ thương hiệu gạo Việt Nam; hỗ trợ các doanh nghiệp đăng ký bảo hộ thương hiệu gạo trong nước và trên thị trường quốc tế;

b) Xây dựng chính sách hỗ trợ công nghệ về bảo quản, chế biến, đóng gói đối với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh gạo;

c) Chủ trì đánh giá, đầu tư xây dựng phòng kiểm nghiệm chất lượng gạo đạt tiêu chuẩn quốc tế để hỗ trợ hoạt động kiểm định chất lượng gạo xuất khẩu.

## 4. Bộ Tài chính

a) Ưu tiên bố trí nguồn vốn để thực hiện đề án, dự án, các chương trình xúc tiến thương mại gắn với thực hiện Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam;

b) Phối hợp với Bộ Công Thương và các đơn vị liên quan rà soát, bổ sung các chính sách khuyến khích doanh nghiệp xuất khẩu gạo mang thương hiệu gạo Việt Nam.

#### 5. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương thực hiện lồng ghép quảng bá, giới thiệu thương hiệu gạo Việt Nam tại các chương trình quảng bá, giới thiệu du lịch, sự kiện văn hóa của Việt Nam ở trong nước và nước ngoài.

#### 6. Bộ Thông tin và Truyền thông

Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thực hiện tuyên truyền nâng cao nhận thức của nhà phân phối, người tiêu dùng trong nước và ngoài nước về hình ảnh thương hiệu gạo Việt Nam trên các phương tiện thông tin đại chúng.

#### 7. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

a) Chỉ đạo các tổ chức tín dụng tập trung nguồn vốn cho vay phục vụ sản xuất và kinh doanh xuất khẩu gạo;

b) Thực hiện chính sách tín dụng ưu tiên đối với doanh nghiệp xuất khẩu gạo mang thương hiệu gạo Việt Nam.

#### 8. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

a) Rà soát, đẩy mạnh hoạt động quản lý, khai thác và phát triển các chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận của địa phương đã được bảo hộ; hỗ trợ doanh nghiệp, tổ chức sử dụng và khai thác hiệu quả thương hiệu đã được xây dựng;

b) Chủ trì, tổ chức xây dựng mới các thương hiệu gạo địa phương, tổ chức quản lý và phát triển thương hiệu địa phương;

c) Xây dựng quy hoạch vùng sản xuất, hỗ trợ thành lập các tổ chức nông dân tập thể để đăng ký và quản lý thương hiệu gạo địa phương; hỗ trợ tạo điều kiện cho doanh nghiệp sử dụng thương hiệu gạo quốc gia, thương hiệu gạo vùng, địa phương trong đầu tư cơ sở vật chất bảo quản, chế biến, liên kết chuỗi giá trị sản phẩm mang thương hiệu gạo Việt Nam.

#### 9. Hiệp hội Lương thực Việt Nam

a) Chủ động tham gia cùng với các Bộ, ngành, địa phương trong quá trình thực hiện Đề án;

b) Giới thiệu, phổ biến với các doanh nghiệp về nội dung Đề án này, về thương hiệu gạo quốc gia, thương hiệu gạo vùng, địa phương để các doanh nghiệp chủ động lựa chọn, thực hiện;

c) Chủ động triển khai các hoạt động quảng bá, giới thiệu về thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường trong và ngoài nước;

d) Hỗ trợ doanh nghiệp tìm các thị trường mới cho gạo Việt Nam xuất khẩu.

#### 10. Các thương nhân sản xuất, kinh doanh lúa gạo

a) Chủ động xây dựng, phát triển hiệu quả các thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo gắn với thương hiệu gạo quốc gia, vùng và địa phương để quảng bá, giới thiệu gạo Việt Nam ra thị trường quốc tế;

b) Tích cực tham gia vào việc xây dựng, quản lý và sử dụng thương hiệu gạo quốc gia, vùng, địa phương.

#### 11. Lộ trình triển khai đề án

Đề án được thực hiện trong 2 giai đoạn, cụ thể là:

##### a) Giai đoạn đến năm 2020

- Tổ chức xây dựng thương hiệu gạo quốc gia: Tập trung nghiên cứu, đánh giá về chất lượng gạo Việt Nam, xác định thị trường chiến lược, xây dựng hình ảnh thương hiệu gạo quốc gia, quảng bá và giới thiệu thương hiệu gạo quốc gia ra thế giới;

- Xây dựng thí điểm một số sản phẩm gạo tại vùng đồng bằng sông Cửu Long phát triển thành thương hiệu gạo vùng, địa phương hướng tới trở thành thương hiệu gạo quốc gia;

- Cùng cố và hỗ trợ khai thác hiệu quả các thương hiệu gạo vùng, địa phương đã có và xây dựng, phát triển mới các thương hiệu gạo vùng, địa phương gắn với định hướng xây dựng, phát triển thương hiệu gạo quốc gia;

- Đánh giá và xây dựng danh sách các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh lúa gạo trọng điểm nhằm hỗ trợ phát triển thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm gạo gắn với khai thác, sử dụng hiệu quả thương hiệu gạo quốc gia, vùng, địa phương.

##### b) Giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2030

- Đánh giá hiệu quả và đề xuất giải pháp mở rộng phát triển thương hiệu gạo Việt Nam;

- Mở rộng phát triển thương hiệu gạo quốc gia, thương hiệu gạo vùng, địa phương trên cả nước;

- Mở rộng đối tượng và tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển thương hiệu doanh nghiệp, nhãn hiệu sản phẩm gạo gắn với thương hiệu gạo quốc gia, vùng, địa phương ra thị trường thế giới.

#### 12. Kinh phí thực hiện

a) Kinh phí thực hiện Đề án từ các nguồn: ngân sách Nhà nước; tự chủ của doanh nghiệp; các nguồn vốn hỗ trợ và tài trợ hợp pháp khác.

Ngân sách trung ương bảo đảm cho các hoạt động phát triển thương hiệu gạo Việt Nam thuộc Đề án này thông qua dự toán giao ngân sách nhà nước hàng năm cho các Bộ, ngành trên cơ sở nội dung được phân công tại Đề án.



Ngân sách địa phương bảo đảm cho các hoạt động phát triển thương hiệu gạo địa phương, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thương hiệu sản phẩm gạo theo quy định.

b) Đối với các dự án trọng điểm thực hiện Đề án nêu tại Khoản 5 Mục III Điều 1 Quyết định này, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, các cơ quan, hiệp hội liên quan xây dựng dự toán kinh phí, báo cáo Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt.

**Điều 2.** Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

**Điều 3.** Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các tổ chức, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./

**Nơi nhận:**

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Quốc hội;
- Văn phòng Chính phủ;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- Ủy ban giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng Chính sách xã hội;
- Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- Hiệp hội Lương thực Việt Nam;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: Văn thư, KTTH (3b). **140**

**KT. THỦ TƯỚNG  
PHÓ THỦ TƯỚNG**



**Hoàng Trung Hải**