



This project is funded by  
the European Union



# SỔ TAY

## HƯỚNG DẪN TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU CHO NHÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM



NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI







## **Biên soạn**

### **Chuyên gia EU-MUTRAP:**

- Joost Pierrot
- Nguyễn Viết Vinh
- Phan Hữu Để
- Nguyễn Ngọc Sơn

*Sổ tay này được xây dựng với sự hỗ trợ tài chính của Liên minh châu Âu. Quan điểm trong sổ tay là của các tác giả, không phản ánh ý kiến chính thức của Liên minh châu Âu hay của Bộ Công Thương.*

# MỤC LỤC

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

### GIỚI THIỆU 6

#### PHẦN 1: YÊU CẦU TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CỦA CHÂU ÂU ĐỐI VỚI CÀ PHÊ NHÂN 7

1.1. Truy xuất nguồn gốc 7

1.2. Chất gây nhiễm 7

1.3. Ghi nhãn 8

1.4. Cam kết trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) 8

1.5. Chứng nhận phát triển bền vững (UTZ, RFA, 4C, Organic, Fairtrade) 9

#### PHẦN 2: YÊU CẦU TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU ĐỐI VỚI CÀ PHÊ RANG XAY VÀ HÒA TAN 11

2.1. Yêu cầu an toàn thực phẩm và kiểm soát sức khỏe chung 11

2.2. Truy xuất nguồn gốc 12

2.3. Chất gây nhiễm 13

2.4. Ghi nhãn 13

2.5. Chứng nhận an toàn thực phẩm 15

2.6. Cam kết Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp 15

2.7. Chứng nhận bền vững (UTZ, RFA, 4C, Organic, Fairtrade) 15

#### PHẦN 3: HỎI ĐÁP CÁC VẤN ĐỀ THỰC TIỄN XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÀO THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU 16





## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

B2B	Hình thức giao dịch Doanh nghiệp với Doanh nghiệp
BRC	Hiệp hội Bán lẻ Anh quốc
COLEACP	Ủy ban Hợp tác Âu Phi Mỹ la tinh Thái Bình dương về nông nghiệp bền vững
COTECA	Hội chợ ngành Cà phê, Chè, Cacao quốc tế
CSR	Trách nhiệm Xã hội của Doanh nghiệp
CTC	Coffee, Tea and Cocoa
DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
ECC	Hợp đồng Cà phê mẫu của EU
EFSA	Cơ quan An toàn thực phẩm châu Âu
EVFTA	Hiệp định tự do thương mại Việt Nam - EU
FAO	Tổ chức Nông nghiệp và Lương thực của Liên Hiệp quốc
FLO	Tổ chức Chứng nhận quốc tế về Thương mại công bằng
GAP	Quy trình Thực hành Sản xuất Nông nghiệp Tốt
GMP	Tiêu chuẩn Thực hành Sản xuất tốt
HACCP	Hệ thống Phân tích Nguy cơ và các điểm Kiểm soát Tới hạn
ICO	Tổ chức Cà phê thế giới
IFOAM	Liên đoàn quốc tế về phát triển nông nghiệp hữu cơ
IFS	Hệ thống Tiêu chuẩn Chuyên ngành Quốc tế (trong đó có thực phẩm)
ISO26000	Hệ thống tiêu chuẩn ISO về trách nhiệm xã hội
ITC	Trung tâm Thương mại Quốc tế
MAG	Tài liệu Hướng dẫn Tiếp cận Thị trường
MUTRAP	Dự án Hỗ trợ Chính sách Đầu tư và Thương mại của Châu Âu
OTA	Ochratoxin A
PAH	Poly-aromic hydrocarbon
RASFF	Hệ thống Cảnh báo Nhanh của EU về Cơ sở Dữ liệu Thực Phẩm và Thức ăn (EU's Rapid Alert System for Food and Feed database)
RFA	Tiêu chuẩn Nông nghiệp Bền vững của Liên minh Mưa Rừng (Rain Forest Alliance)
SA8000	Hệ thống tiêu chuẩn về giải trình trách nhiệm xã hội
SCAE	Hiệp hội Cà phê Đặc sản Châu Âu
UTZ	Chương trình Phát triển Bền vững cho cà phê, cacao, chè
VICOFA	Hiệp hội Cà phê Cacao Việt Nam

## GIỚI THIỆU

Xuất khẩu cà phê luôn là một động lực chính cho sự phát triển kinh tế và xã hội của Việt Nam trong đó xuất khẩu vào các thị trường châu Âu chiếm thị phần lớn nhất - 43,07% - trong tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam. Xuất khẩu cà phê dự kiến sẽ tăng trong những năm tới khi nhu cầu cà phê robusta của khách hàng ngày càng tăng. Tuy nhiên, châu Âu cũng được biết đến là một thị trường yêu cầu cao về chất lượng, an toàn thực phẩm và các đòi hỏi phức tạp khác của khách hàng, chẳng hạn như sản xuất cà phê bền vững. Đây là một thách thức đối với các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam, trong đó có các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) khi khai thác tiềm năng thị trường EU, đặc biệt là trong bối cảnh Hiệp định thương mại tự do EVFTA mới được ký kết. Thành công tại các thị trường châu Âu đòi hỏi không chỉ là nghiên cứu thị trường một cách bài bản mà còn phải có hành động thích hợp để đáp ứng yêu cầu thị trường và chuẩn bị tốt cho việc xuất khẩu.

Các doanh nghiệp xuất khẩu có thể tự tiếp cận nhiều kênh thông tin thị trường quốc gia và quốc tế khác nhau, tuy nhiên họ vẫn cần thông tin chuyên sâu để hiểu, để chuyển hóa thành hành động. Trước nhu cầu này, Dự án Hỗ trợ Chính sách Thương mại và Đầu tư của châu Âu (EU-MUTRAP) với mục đích tăng cường thương mại EU-Việt Nam đã phối hợp với Hiệp hội Cà phê Việt Nam (VICOFA) để xây dựng một tài liệu hướng dẫn hữu ích về các yêu cầu cận thị trường châu Âu (Hướng dẫn Tiếp cận Thị trường, hay viết tắt là MAG).

Tài liệu hướng dẫn MAG sẽ cung cấp thông tin cho các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê Việt Nam về những yêu cầu thị trường quan trọng được áp dụng đối với toàn chuỗi cung ứng cà phê và cà phê nhập khẩu vào thị trường châu Âu. MAG cũng sẽ gợi ý những hành động cần thiết để đáp ứng các yêu cầu này cũng như tăng cường năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho doanh nghiệp. Trên tinh thần đó, MAG bao gồm 3 phần:

Phần 1: Yêu cầu tiếp cận thị trường châu Âu đối với cà phê nhân

Phần 2: Yêu cầu tiếp cận thị trường châu Âu đối với cà phê rang xay và hòa tan

Phần 3: Hỏi đáp về Các vấn đề thực tiễn liên quan đến cà phê xuất khẩu vào châu Âu.

Tất cả các thông tin đầu vào được biên soạn trên cơ sở rà soát các yêu cầu về tiếp cận thị trường châu Âu, bao gồm cả các yêu cầu của người mua và yêu cầu pháp lý, các tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế, và quan trọng nhất là ý kiến từ các chuyên gia châu Âu, các nhà nhập khẩu và các hiệp hội ngành hàng ở châu Âu.



# PHẦN 1: YÊU CẦU TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CỦA CHÂU ÂU ĐỐI VỚI CÀ PHÊ NHÂN

## 1.1. Truy xuất nguồn gốc

Do sự gia tăng lo ngại về an toàn và sức khỏe người tiêu dùng, “truy xuất nguồn gốc” về cơ bản là một yêu cầu chung được áp dụng đối với các nhà nhập khẩu châu Âu và các nhà xuất khẩu Việt Nam về cà phê nhân hoặc cà phê đã chế biến (tức là rang xay hoặc hòa tan). Theo quy định chung này, các sản phẩm là “thực phẩm” phải được theo dõi trong suốt toàn bộ chuỗi cung ứng để đảm bảo an toàn thực phẩm, cho phép hành động thích hợp trong trường hợp thực phẩm không an toàn và hạn chế nguy cơ nhiễm độc.

Một lý do khác cho yêu cầu truy tìm nguồn gốc là khách hàng châu Âu (bao gồm nhà nhập khẩu, nhà rang xay và người tiêu dùng) muốn biết chính xác về người nông dân sản xuất cà phê mà họ đã mua, nơi ở của những người nông dân này và cách thức sản xuất cà phê về các khía cạnh điều kiện xã hội, môi trường và kinh tế. Nói cách khác, khách hàng châu Âu muốn biết việc sản xuất cà phê trong toàn bộ chuỗi giá trị có bền vững không. Vì vậy, việc có một hệ thống truy xuất nguồn gốc sẽ là lợi thế tạo sự tin cậy cho khách hàng và ổn định thị phần tại thị trường châu Âu. Xem thêm về chứng nhận sản xuất bền vững tại phần 1.5. và gợi ý hành động cho nhà xuất khẩu tại phần 2.2.

## 1.2. Chất gây nhiễm

Cũng do lo ngại về sức khỏe người tiêu dùng và an toàn thực phẩm, cơ quan chức năng châu Âu giảm thiểu rủi ro bằng cách thiết lập mức tối đa các chất độc để kiểm soát mối nguy hiểm vi sinh và hóa học trong các chuỗi cung ứng và, do đó, giảm thiểu rủi ro cho sức khỏe người tiêu dùng. Cà phê không được xuất khẩu sang các thị trường châu Âu nếu nhiễm độc vượt mức cho phép.

Các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam có trách nhiệm tuân thủ các mức độ theo yêu cầu của luật pháp EU. Danh mục mức tối đa của chất độc từng loại sản phẩm được công bố trên trang web hỗ trợ xuất khẩu (Export Helpdesk) của châu Âu căn cứ trên cơ sở khoa học được cung cấp bởi Cơ quan An toàn thực phẩm châu Âu (EFSA). Hiện nay, các loại chất độc sau đã từng nằm trong danh sách kiểm tra (theo Quy định EC số 1881/2006):

- Độc tố nấm (Aflatoxin, Ochratoxin A, độc tố nấm Fusarium, Patulin) có nguồn gốc từ nấm mốc
- Poly-hydrocarbon (PAH) (chỉ liên quan đến cà phê rang)
- Chất tách caffeine

Ochratoxin A (OTA) - một loại độc tố khác vượt quá mức tối đa theo hướng dẫn phòng chống OTA có sẵn trên trang web của FAO.

Ô nhiễm hydrocarbon là một ví dụ khác- thường do túi đay đựng cà phê có 'dầu trộn' được sử dụng để làm mềm các sợi đay trước khi dệt. Cán bộ hải quan các nước thành viên EU sẽ lấy mẫu và phân tích thực phẩm ngẫu nhiên. Họ thường xuyên báo cáo kết quả và có hành động nếu mẫu không đạt. Hành động của họ có thể là kiểm tra chặt chẽ hơn đối với tất cả cà phê xuất khẩu từ Việt Nam và có thể ngăn chặn các lô hàng tương lai vào châu Âu.

### **Khuyến nghị hành động cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam?**

Để tránh nguy cơ bị trả lại hoặc bị từ chối tiếp cận thị trường châu Âu, các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam nên gửi các sản phẩm xuất khẩu của họ để phân tích các chất độc tiềm ẩn tại các cơ quan có thẩm quyền (ví dụ như Vinacontrol và Cafecontrol).

Các nguy cơ nhiễm độc có thể được ngăn ngừa bằng cách thực hành tốt hơn việc trồng, sấy, chế biến và bảo quản và áp dụng có hiệu quả các phương pháp quản lý với các đối tác trong chuỗi cung ứng. Họ phải thực hiện các hệ thống quản lý như GMP, GAP và Thực hành Tốt trong vận tải và lưu trữ để đảm bảo vấn đề 'nhiễm độc' được kiểm soát nhất quán trong tất cả các công đoạn của chuỗi cung ứng.

Các nhà xuất khẩu cà phê cũng nên nghiên cứu thêm tài liệu Hướng dẫn Cà phê của ITC (mục về chất lượng cà phê) và Chỉ thị của EU về Bao bì và Rác thải Bao bì để biết thêm chi tiết. Một tài liệu khác là 'Thực hành Vệ sinh Tốt trong chuỗi cà phê' của ICO.

### **1.3. Ghi nhãn**

Việc ghi nhãn cho cà phê xuất khẩu sang châu Âu cần tuân thủ hướng dẫn sau đây để đảm bảo truy tìm nguồn gốc của từng lô. Sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh cho việc ghi nhãn, trừ khi người mua của bạn yêu cầu khác. Nhãn phải bao gồm những nội dung sau đây:

- Tên sản phẩm
- Mã định dạng của ICO<sup>1</sup>
- Nước xuất xứ (tức Việt Nam)
- Phẩm cấp
- Trọng lượng tịnh / kg

### **1.4. Cam kết trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR)**

Khách hàng châu Âu (đặc biệt là ở các nước phương Tây và Bắc EU) ngày càng coi trọng các vấn đề xã hội và môi trường. Họ thường có chính sách riêng về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), quy tắc ứng xử, hoặc các dự án về các vấn đề xã hội và môi trường. Nhiều chuỗi siêu thị châu Âu và tập đoàn công nghiệp như Nestlé, Jacobs Douwe Egberts đã có chính sách tìm nguồn

<sup>1</sup> [www.thecoffeeguide.org/coffee-guide/world-coffee-trade/identification-of-exports/](http://www.thecoffeeguide.org/coffee-guide/world-coffee-trade/identification-of-exports/)



cung ứng bao gồm các yêu cầu CSR và điều này có tác động nhất định đối với các nhà xuất khẩu cà phê.

Yêu cầu chung là nhà cung cấp phải ký tài liệu quy tắc ứng xử trong đó có tuyên bố rằng sẽ kinh doanh một cách có trách nhiệm, có nghĩa là các doanh nghiệp xuất khẩu (và nhà cung cấp của họ) sẽ tôn trọng luật môi trường và lao động địa phương, tránh xa tham nhũng... Bên cạnh các quy định theo từng công ty, các quy định chung như ISO26000 và SA8000 có thể được sử dụng để đảm bảo và truyền thông về sự tuân thủ xã hội.

### **Khuyến nghị hành động cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam?**

- ▶ Nhiều vấn đề phát triển bền vững về môi trường và xã hội diễn ra ở cấp độ trang trại (có thể không phải là một phần của công ty bạn). Do đó, các nhà xuất khẩu cà phê nên tìm hiểu làm thế nào có thể đảm bảo rằng nhà cung cấp của mình (nông dân) hành động một cách có trách nhiệm. Họ có thể sử dụng tài liệu Tự đánh giá dành cho nông dân theo Sáng kiến Nông nghiệp Bền vững.
- ▶ Nhà xuất khẩu cà phê có thể xem xét xây dựng và thực hiện các quy tắc ứng xử của riêng mình. Khách hàng châu Âu có thể không đòi hỏi ngay lập tức nhưng đây là một cách tốt để người mua tiềm năng thấy chính sách và cam kết của nhà xuất khẩu về phát triển bền vững. Áp dụng các hướng dẫn khác đã ban hành trong ngành hoặc bởi chính quyền địa phương cũng là một cách khởi đầu tốt.
- ▶ Tìm hiểu thêm các chương trình hỗ trợ nông dân của ICO dành cho phát triển bền vững.

### **1.5. Chứng nhận phát triển bền vững (UTZ, RFA, 4C, Organic, Fairtrade)**

Chứng nhận là cách phổ biến nhất để chứng tỏ sự phù hợp với các tiêu chí về trách nhiệm xã hội. Chứng nhận theo truyền thống chỉ dành riêng cho vấn đề môi trường hoặc xã hội, nhưng các vấn đề này ngày càng có xu hướng được tích hợp trong một chứng nhận. Nhu cầu về cà phê được chứng nhận ở châu Âu được thúc đẩy bởi mục tiêu đầy tham vọng của các nhóm có ảnh hưởng trong ngành cà phê. Một ví dụ là Diễn Đàn Cà phê Toàn cầu (Coffee Global Platform), một sáng kiến thúc đẩy thị phần cà phê phát triển bền vững (trong nhiều trường hợp là cà phê có chứng nhận) trên thị trường châu Âu và hỗ trợ các nhà rang xay vừa và lớn trong việc thực hiện các chương trình phát triển bền vững.

UTZ<sup>2</sup> và Mưa rừng (Rain Forest Alliance<sup>3</sup>) là những chứng nhận thường được sử dụng bởi các nhà rang xay và các nhà bán lẻ lớn và nhỏ chính thống.

<sup>2</sup> [www.utzcertified.org](http://www.utzcertified.org)

<sup>3</sup> [www.rainforestalliance.org](http://www.rainforestalliance.org)

Họ có các công cụ và hỗ trợ khác để giúp các nhà xuất khẩu nắm bắt các tiêu chí, hướng dẫn về cách thức để được chứng nhận. Ví dụ, UTZ có công cụ từng bước để thiết lập một hệ thống kiểm soát nội bộ, hướng dẫn thực hiện quy tắc ứng xử, hướng dẫn thực hành tốt về cà phê và hướng dẫn đào tạo trực tuyến (e-learning). Rainforest Alliance cũng cung cấp đào tạo (trực tuyến).

4C là một chương trình B2B quan trọng được sử dụng trong ngành cà phê. Đề án doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) (không có logo trên sản phẩm cuối cùng) cũng là một cách tốt để giải quyết các vấn đề phát triển bền vững. Ngoài các chương trình chứng nhận thường được sử dụng, doanh nghiệp cũng có những lựa chọn khác cho một vài thị trường thích hợp (thường dành cho cà phê đặc sản và phổ biến nhất ở miền Bắc và Tây Âu):

➤ Chứng nhận Hữu cơ (Organic): cà phê hữu cơ được sản xuất và chế biến theo kỹ thuật tự nhiên (ví dụ như luân canh cây trồng, bảo vệ thực vật sinh học, phân xanh, phân bón tổng hợp). Bạn được phép đặt logo hữu cơ của EU cho sản phẩm của bạn, cũng như biểu tượng của chủ tiêu chuẩn (ví dụ như Hiệp hội đất của Anh, Người nông dân và người trồng hữu cơ, và BCS Öko-Garantie của Đức) khi bạn trồng cà phê sử dụng phương pháp sản xuất hữu cơ. Đây là quy định trong luật pháp EU và một cơ quan kiểm toán được chứng nhận sẽ kiểm tra cơ sở trồng trọt và chế biến.

➤ Chứng nhận Thương mại công bằng (Fairtrade): Có chứng nhận Thương mại công bằng<sup>4</sup> cho sản phẩm là một cách đã được chứng minh về sự tuân thủ của doanh nghiệp đối với các điều kiện xã hội trong chuỗi cung ứng. Sau khi được xác nhận bởi FLO-Cert<sup>5</sup> - một bên thứ ba độc lập - bạn được phép đặt logo Fairtrade cho sản phẩm của bạn. Nhìn chung, giá cho các sản phẩm thương mại công bằng bao gồm một mức giá tối thiểu cộng với phí bảo hiểm. Mặc dù các tập đoàn công nghiệp lớn như Nestlé cũng có dòng sản phẩm thương mại công bằng nhưng chỉ được coi là một thị trường ngách.

Thực hiện sản xuất hữu cơ và được chứng nhận có thể tốn kém, đặc biệt là đối với những doanh nghiệp nhỏ. Lợi nhuận trên suất đầu tư có thể không cao. Tuy nhiên, việc này sẽ đảm bảo một số thị trường thích hợp cho các nhà xuất khẩu, tăng năng suất và chất lượng.

---

<sup>4</sup> [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

<sup>5</sup> [www.flocert.net](http://www.flocert.net)



## **Khuyến nghị hành động cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam?**

- Truy cập cơ sở dữ liệu Bản đồ Tiêu chuẩn<sup>6</sup> tìm hiểu về các nhãn hữu cơ và các tiêu chuẩn khác. Kiểm tra tiêu chuẩn của Hiệp hội Đất<sup>7</sup> về thực phẩm và đồ uống để nắm được yêu cầu về sản xuất hữu cơ. Có rất nhiều nhãn hữu cơ khác nhau. Các nhãn thuộc Liên đoàn Quốc tế về Nông nghiệp Hữu cơ (IFOAM)<sup>8</sup> là những nhãn ít nhiều đã được quốc tế thừa nhận (hài hòa hóa). Các công ty kinh doanh sản phẩm thương mại công bằng phải thực hiện Tiêu chuẩn Thương mại và cần lưu ý về một số ngoại lệ đối với các mặt hàng cụ thể, xem mục thông tin dành cho các doanh nghiệp nhỏ. Kiểm tra các tiêu chuẩn Fairtrade cho sản xuất nhỏ và các tiêu chuẩn lao động trong ngành cà phê, chè, cacao (CTC).
- Ngoài việc có chứng nhận phát triển bền vững, sự minh bạch trong chuỗi cung ứng cũng là một lợi thế cho các nhà xuất khẩu những sản phẩm đặc biệt. Nhà xuất khẩu cần có khả năng chứng minh được mối liên hệ trực tiếp, rõ ràng và minh bạch trong toàn bộ các khâu cung ứng từ người sản xuất tới người tiêu dùng.

## **PHẦN 2: YÊU CẦU TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU ĐỐI VỚI CÀ PHÊ RANG XAY VÀ HÒA TAN**

### **2.1. Yêu cầu an toàn thực phẩm và kiểm soát sức khỏe chung**

Tất cả cà phê rang xay và hòa tan phải tuân thủ các yêu cầu về sức khỏe và an toàn của EU trước khi vào thị trường EU. Vì thế, cà phê chỉ có thể được xuất khẩu sang EU nếu phù hợp với pháp luật thực phẩm của EU hoặc các yêu cầu tương đương. Ví dụ, 'truy xuất nguồn gốc' là một yêu cầu quan trọng. Các nhà chức trách châu Âu đã thông qua quy định chung về an toàn thực phẩm và kiểm soát sức khỏe do mối quan tâm gia tăng của công chúng về vấn đề này (Quy chế EC 178/2002). 'Luật Thực phẩm chung' này áp dụng cho tất cả các giai đoạn của chuỗi cung ứng thực phẩm, từ sản xuất, chế biến, vận chuyển và phân phối.

### **Khuyến nghị hành động cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam?**

- Kiểm tra cơ sở dữ liệu RASFF<sup>9</sup> để xem các vụ việc dẫn đến thu hồi sản phẩm cà phê ra khỏi thị trường.

---

<sup>6</sup> [www.standardsmap.org](http://www.standardsmap.org)

<sup>7</sup> [www.soilassociation.org](http://www.soilassociation.org)

<sup>8</sup> [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org)

<sup>9</sup> [webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal](http://webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal)

- Đọc thêm quy định kiểm soát sức khỏe tại Export Helpdesk EU<sup>10</sup>. Ở đây, bạn có thể chọn mã số sản phẩm cụ thể theo chương 09 (cà phê).
- Đọc thêm Hệ thống Quản lý An toàn Thực phẩm tại cơ sở dữ liệu Bản đồ Tiêu chuẩn của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC).

## **2.2. Truy xuất nguồn gốc**

Yêu cầu 'Truy xuất nguồn gốc' đặt ra đối với các nhà xuất khẩu cà phê rang xay và hòa tan để có thể thu hồi hoặc triệu hồi sản phẩm thực phẩm từ các thị trường khi cần thiết. 'Truy xuất nguồn gốc' được cho là thúc đẩy thương mại công bằng, niềm tin của người tiêu dùng và ổn định thị trường (xem thêm mục 1.1).

Theo Điều 18 của Luật Thực phẩm chung của EU, tất cả các nhà cung ứng thực phẩm châu Âu bao gồm cả các nhà nhập khẩu cà phê rang và hòa tan phải có khả năng xác định các sản phẩm được nhập khẩu và người mua. Họ cũng phải có hệ thống và thủ tục để cung cấp những thông tin và tài liệu liên quan cho Cơ quan có thẩm quyền khi được yêu cầu. Truy xuất nguồn gốc liên quan đến việc ghi nhãn và có thể được lưu trữ trong máy tính với sự trợ giúp của phần mềm cụ thể (ví dụ như IBM, SAP hoặc ERP).

### **Khuyến nghị hành động cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam?**

Mặc dù yêu cầu truy xuất nguồn gốc không quy định trực tiếp trong luật pháp của EU đối với các nhà xuất khẩu cà phê từ các nước ngoài EU nhưng một thực tế phổ biến là yêu cầu này sẽ được phản ánh trong hợp đồng với các nhà nhập khẩu châu Âu. Có một số hành động cần lưu ý:

- Đối với một nhà xuất khẩu cà phê mong muốn phát triển kinh doanh xuất khẩu bền vững, việc có một hệ thống truy xuất nguồn gốc là cần thiết để đáp ứng yêu cầu của khách hàng tiềm năng trên thế giới. 'Truy xuất nguồn gốc' cũng là một công cụ trong GAP, GMP và HACCP.
- Khi giao dịch với khách hàng tiềm năng, cần kiểm tra xem họ có yêu cầu 'truy xuất nguồn gốc' hay không. Nếu có, kiểm tra thông tin cụ thể họ yêu cầu, hoặc bất kỳ thông tin bổ sung cần được bổ sung vào hệ thống hiện tại của bạn.

---

<sup>10</sup> [exporthelp.europa.eu](http://exporthelp.europa.eu)



## Bảng 1: Ví dụ về dữ liệu truy xuất nguồn gốc

Dữ liệu thu thập	Thông tin cần ghi
Số lô hàng đầu vào	Số định dạng gói
Mô tả sản phẩm	Mô tả sản phẩm
Ngày xếp hàng	Ngày phát lệnh và chuyển hàng
Nơi xuất xứ	Tên công ty và địa chỉ
Xác định lô hàng	Mã số lệnh của khách hàng
Xác định nhà vận chuyển	Tên công ty và địa chỉ
Xác định điểm đến	Tên khách hàng và địa chỉ (nơi đến)
Xác định người nhận	Mã số khách hàng
Số lượng	Số pa-lét gửi đi
Đơn vị (bao)	Số

*Nguồn: Sổ tay Thiết lập một hệ thống truy xuất nguồn gốc, COLEACP*

### 2.3. Chất gây nhiễm

Những quy định về chất gây nhiễm áp dụng cho cà phê nhân cũng được áp dụng cho rang xay và cà phê hòa tan, đặc biệt là PAH và chất tách caffeine. Chất này có thể được sử dụng để tách caffeine trong cà phê tuy nhiên phải tuân thủ những quy định về mức dư lượng tối đa để hạn chế các chất như methyl acetate (20 mg/ kg trong cà phê), diclometan (2 mg/ kg trong cà phê rang) và ethylmethylketone (20 mg/ kg trong cà phê). Tham khảo Chỉ thị EU 2009/32/ EC cho biết thêm thông tin.

### 2.4. Ghi nhãn

Quy định ghi nhãn thực phẩm của EU (Quy định EU số 1169/2011) đảm bảo rằng người tiêu dùng nhận được thông tin cần thiết đủ để thực hiện một sự lựa chọn khi mua thực phẩm. Các nhãn tương tự giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn hơn. Vì vậy, tất cả các nhãn thực phẩm phải hiển thị những thông tin nhất định, chẳng hạn:

- Tên của sản phẩm. Nếu không có quy định của EU hay của quốc gia thành viên, tên sản phẩm nên là tên gọi thông thường hoặc mô tả thực phẩm. Thương hiệu, nhãn hiệu hoặc tên ưa thích không thể thay thế tên chung nhưng có thể được sử dụng bên cạnh tên chung. Tình trạng thực phẩm hoặc quá trình chế biến (rang, toàn hạt hay đã xay, hòa tan...) cũng phải được ghi nếu việc không có thông tin có thể gây hiểu lầm cho người tiêu dùng.

- Thành phần, bao gồm cả phụ gia. Tuy nhiên, với những loại thực phẩm chỉ có một thành phần duy nhất mà tên của thực phẩm trùng với tên của các thành phần hoặc cho phép bản chất của thành phần được xác định rõ ràng, thì không yêu cầu kèm theo một danh sách thành phần. Sự hiện diện của các chất có khả năng gây dị ứng và khó tiêu cũng phải ghi rõ.

- Khối lượng tịnh của thực phẩm đóng gói sẵn.
- Thời hạn sử dụng tối thiểu bao gồm ngày, tháng và năm đặt sau cụm từ “tốt nhất trước ngày”.

- Điều kiện lưu trữ và sử dụng. Tên và địa chỉ của nhà sản xuất hoặc nhà đóng gói hoặc của người bán tại EU.

- Nơi xuất xứ, nếu việc thiếu thông tin này có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

- Đánh dấu lô trên thực phẩm đóng gói sẵn với ký hiệu được bắt đầu bởi chữ “L”. Chỉ dẫn về lô phải xuất hiện trên bao bì hoặc trên nhãn gắn liền với cà phê đóng gói sẵn.

Nhãn phải dễ nhìn thấy, dễ đọc, dễ hiểu và không thể xóa, và phải dùng ngôn ngữ dễ hiểu đối với người tiêu dùng. Thông thường điều này nghĩa là phải sử dụng ngôn ngữ chính thức của các nước châu Âu nơi các sản phẩm được bán trên thị trường. Tuy nhiên, có thể sử dụng thuật ngữ nước ngoài dễ hiểu đối với người mua.

Đối với cà phê chiết xuất, hòa tan hay cà phê uống liền (trừ cà phê torrefacto hòa tan), yêu cầu ghi nhãn cụ thể áp dụng: Ghi “chiết xuất cà phê”, “chiết xuất cà phê hòa tan”. “Cà phê hòa tan” hay “cà phê uống liền” nghĩa là gói chứa sản phẩm thu được bằng cách chiết xuất từ hạt cà phê rang chỉ sử dụng nước làm phương tiện khai thác và loại trừ bất kỳ quá trình thủy phân liên quan đến việc bổ sung acid hay nền thực phẩm. Ngoài những chất không tan mà không thể loại bỏ bằng kỹ thuật và các loại dầu không hòa tan có nguồn gốc từ cà phê, chiết xuất cà phê chỉ được chứa các thành phần hòa tan và hương của cà phê. Thuật ngữ “đậm đặc” chỉ có thể ghi trên nhãn nếu hàm lượng chất khô cà phê hơn 25% tính theo trọng lượng, còn thuật ngữ “đã tách caffein” phải được ghi nếu hàm lượng caffeine khan không vượt quá 0,3% tính theo trọng lượng của chất khô cà phê. Thông tin này phải nằm trong cùng mục mô tả sản phẩm.

Chiết xuất cà phê ở dạng rắn hoặc bột nhào: Để được coi là “cà phê”, hàm lượng chất khô phải không dưới 95% tính theo trọng lượng của cà phê khô, và



giữa 70% và 85% tính theo trọng lượng nếu là cà phê bột nhào. Cà phê không được chứa các chất khác ngoài các chất có nguồn gốc từ quá trình chiết xuất cà phê và nhãn phải ghi rõ hàm lượng chất khô cà phê dựa trên mức tối thiểu, thể hiện theo tỷ lệ phần trăm trọng lượng của sản phẩm.

Chiết xuất cà phê chất lỏng: Hàm lượng chất khô phải có từ 15% đến 55% trọng lượng dung dịch cà phê. Nếu có chứa các loại đường rang hoặc chưa rang thì tỷ lệ không được vượt quá 12% tính theo trọng lượng và nhãn phải bao gồm các điều khoản “với”, “bảo quản bằng”, “với thêm” hay “rang với” sau tên loại đường được sử dụng.

## **2.5. Chứng nhận an toàn thực phẩm**

Quy định của EU chỉ yêu cầu một hệ thống quản lý an toàn thực phẩm đối với các nhà cung ứng thực phẩm trong EU nên không bắt buộc đối với các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam. Tuy nhiên, vì an toàn thực phẩm là một ưu tiên hàng đầu trong thực phẩm của EU, nhiều nhà nhập khẩu EU yêu cầu các nhà xuất khẩu cà phê áp dụng một hệ thống quản lý an toàn thực phẩm dựa trên các nguyên tắc HACCP. Với HACCP, một nhà sản xuất cà phê có thể kiểm soát các mối nguy hiểm thực phẩm sinh học, hóa học hay vật lý có thể xảy ra trong quá trình chế biến cà phê của mình. Với một hệ thống có bằng chứng tài liệu, nhà sản xuất có thể chứng minh cách thức kiểm soát mối nguy hiểm. Việc có một hệ thống sẽ cải thiện vị thế cạnh tranh xuất khẩu cà phê, còn cao hơn nếu là một hệ thống được chứng nhận (ví dụ như theo ISO22000).

Các nhà bán lẻ lớn của châu Âu thường yêu cầu chứng nhận chất lượng và an toàn thực phẩm BRC<sup>11</sup> hoặc IFS<sup>12</sup>.

## **Khuyến nghị hành động cho các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam?**

Áp dụng các nguyên tắc HACCP cho quản lý an toàn thực phẩm và gia tăng khả năng cạnh tranh so với các đối thủ.

## **2.6. Cam kết Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

Tương tự như đối với cà phê nhân. Xem 1.4.

## **2.7. Chứng nhận bền vững (UTZ, RFA, 4C, Organic, Fairtrade)**

Tương tự như đối với cà phê nhân. Xem 1.5.

---

<sup>11</sup> [www.brcglobalstandards.com](http://www.brcglobalstandards.com)

<sup>12</sup> [www.ifs-certification.com/index.php/en/](http://www.ifs-certification.com/index.php/en/)

## PHẦN 3: HỎI ĐÁP CÁC VẤN ĐỀ THỰC TIỄN XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÀO THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU

### **Câu hỏi 1: Cách lập Hợp đồng mua bán Cà phê?**

Hợp đồng mua bán cà phê cần xác định số lượng, chất lượng, giá cả, thời hạn vận chuyển (ví dụ FOB hoặc C & F hoặc CIF) và điều kiện thanh toán. Trong hầu hết các trường hợp, một hợp đồng có thể được lập bởi bên mua châu Âu dưới hình thức “rút gọn”. Thông thường, các bên sẽ tham chiếu tới các điều khoản trong Hợp đồng mẫu châu Âu cho Cà phê (ECC) nhằm làm rõ việc áp dụng hoàn chỉnh các điều kiện trong hợp đồng ECC. Nếu có bất kỳ chi tiết trong hợp đồng, hai bên cần phải làm rõ trước khi ký kết.

Vì thế, khuyến nghị là cần nghiên cứu kỹ Hợp đồng mẫu châu Âu cho Cà phê để làm quen với một số yếu tố quan trọng tạo nên một hợp đồng cà phê. Một nguồn tham khảo tốt có liên quan là thuật ngữ về nguồn cung ứng cà phê cho cà phê nhân của Jacobs Douwe Egberts.

### **Câu hỏi 2: Hồ sơ xuất khẩu gồm những chứng từ nào?**

Ít nhất phải có các tài liệu sau:

- Hóa đơn
- Bộ vận đơn ghi rõ đã xếp hàng lên tàu
- Chứng nhận trọng lượng
- Chứng nhận xuất xứ (nếu người mua yêu cầu)
- Đôi khi gồm cả giấy chứng nhận khử trùng hoặc giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật theo yêu cầu của người mua)

Xem điều 18 của ECC<sup>13</sup> để biết thêm chi tiết về các tài liệu vận chuyển.

### **Câu hỏi 3: Cách xác định Trọng lượng?**

Xem điều 3 và 4 của ECC để thấy sự khác biệt giữa ‘trọng lượng bốc dỡ’ và ‘trọng lượng vận chuyển’.

Trong trường hợp dùng ‘trọng lượng vận chuyển’: Bất kỳ tổn thất về trọng lượng vượt quá 0,5% trọng lượng vận chuyển sẽ được người bán hoàn tiền.

### **Câu hỏi 4: Các điều kiện Thanh toán được áp dụng như thế nào?**

Cách thanh toán phổ biến nhất trong thương mại với Liên minh châu Âu là ‘thanh toán khi xuất trình chứng từ - CAD’. Trong trường hợp này, bộ chứng từ vận chuyển được gửi thông qua ngân hàng của người bán cho ngân hàng của người mua.

Ngoài ra, các tài liệu vận chuyển đôi khi được gửi trực tiếp cho người mua trong trường hợp hai bên đã có sự tin cậy lẫn nhau. Xem điều 19 của ECC để biết thêm chi tiết.

---

<sup>13</sup> [www.ecf-coffee.org/publications/contracts](http://www.ecf-coffee.org/publications/contracts)



Về lý thuyết, thanh toán bằng thư tín dụng (L/C) là một lựa chọn, nhưng phương thức này không phổ biến và ít được chấp nhận.

#### **Câu hỏi 5: Cách thức mua bảo hiểm?**

Hợp đồng phải nêu ai sẽ mua và trả tiền bảo hiểm cho cà phê được vận chuyển. Thông thường bên mua châu Âu mua và trả tiền bảo hiểm. Xem điều 15 của ECC để biết thêm chi tiết.

#### **Câu hỏi 6: Các điều kiện Giao hàng được áp dụng như thế nào?**

Phổ biến nhất là FOB rồi đến C & F.

“Giao hàng nhanh” nghĩa là trong vòng 30 ngày và “giao hàng ngay” nghĩa là trong vòng 15 ngày.

Xem điều 11 của ECC để biết thêm chi tiết.

#### **Câu hỏi 7: Khử trùng có bắt buộc không?**

Thông thường người mua yêu cầu khử trùng thì người bán mới thực hiện. Chi phí khử trùng do 2 bên thỏa thuận.

#### **Câu hỏi 8: Thế còn Chất lượng và Phẩm cấp thì sao?**

Đảm bảo tuân thủ chất lượng theo quy định trong hợp đồng.

Phẩm cấp phổ biến ở Việt Nam (Grade 1, 2 và 3) thường là đủ và chấp nhận được bởi các nhà nhập khẩu châu Âu.

Độ ẩm là một tham số quan trọng và cần ở mức tối đa. 12,5% cho cấp 1 và 13% đối với cấp 2.

Nói chung, bên mua sẽ yêu cầu phê duyệt mẫu trước khi xuất hàng. Điều này có thể nói như: “Không duyệt mẫu - không giao dịch”.

#### **Câu hỏi 9: Phòng vệ rủi ro / Xác định lại mức giá**

Trong nhiều trường hợp, giá cà phê trong hợp đồng được xác định trên cơ sở của một mức chênh nhất định so với giá thị trường kỳ hạn London<sup>14</sup>: Giá bán cuối cùng được cố định tại một thời điểm. Thông thường, người bán có thể thay đổi giá trước khi gửi lô hàng thực tế.

Để quản lý rủi ro về giá trước sự biến động của giá cà phê tại thị trường thế giới, các nước xuất khẩu cà phê có thể chọn sử dụng “phòng vệ rủi ro”. Khuyến nghị là sử dụng bảo hiểm rủi ro giá chỉ khi hiểu rõ với sự hỗ trợ của các chuyên gia, như các ngân hàng thương mại trong nước (ví dụ như Techcombank). Trong thực tế, các nhà xuất khẩu nhỏ cần phải có hợp đồng xuất khẩu với khối lượng đáng kể thì lựa chọn này mới coi là khả thi về về mặt tài chính.

---

<sup>14</sup> [www.theice.com/products/37089079/Robusta-Coffee-Futures](http://www.theice.com/products/37089079/Robusta-Coffee-Futures)

## **Câu hỏi 10: Nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam cần làm gì để phát triển xuất khẩu hơn nữa?**

Thông tin chi tiết về các yêu cầu tiếp cận thị trường châu Âu có thể được kiểm tra trên

- Export Helpdesk, trang web của Europa
- Hướng dẫn về cà phê của ITC<sup>15</sup>
- Thông tin Thị trường cà phê Châu Âu của CBI<sup>16</sup>

Để có hiểu biết đầy đủ hơn về xuất khẩu cà phê sang châu Âu, các nhà xuất khẩu phải tiến hành nghiên cứu thị trường, với sự hỗ trợ từ bên ngoài bởi đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật của Vicofa.

Nên xác minh thông tin thị trường thông qua các hiệp hội và hội chợ thương mại cà phê châu Âu như:

- Hội chợ COTECA<sup>17</sup>
- Hiệp hội Cà phê Đặc sản (SCAE)<sup>18</sup>
- Hội chợ Thế giới về Cà phê và Trà<sup>19</sup>
- Hội chợ BioFach<sup>20</sup> (dành cho thực phẩm hữu cơ)

## **Câu hỏi 11: Tác động của EU-VN FTA đối với các nhà xuất khẩu cà phê?**

Mặc dù các thỏa thuận thương mại tự do đều có một chương riêng về các biện pháp SPS nhưng tất cả các yêu cầu này đã được đề cập trong chương 1 và 2 của tài liệu này. Đối với cà phê xuất khẩu từ Việt Nam, Hiệp định này không có ảnh hưởng cụ thể. Chỉ có một đoạn trong Hiệp định này về thương mại các sản phẩm được sản xuất một cách có đạo đức. Chuẩn mực và tính bền vững (nước, biến đổi khí hậu) là những vấn đề quan trọng ở châu Âu.

## **Câu hỏi 12: HACCP and GAP/GMP: nên chọn áp dụng hệ thống nào?**

Cả hai HACCP và GAP (Thực hành nông nghiệp tốt hoặc GMP - Thực hành sản xuất tốt) là hệ thống đảm bảo chất lượng với cách tiếp cận khác nhau. HACCP tập trung vào một vài điểm quan trọng trong khi GAP cố gắng để cải thiện toàn diện. GAP dễ thiết lập hơn nhưng khó nhất là ở các bước quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự xuất hiện hoặc loại bỏ độc tố trong cà phê.

Hai hệ thống có tính chất bổ trợ cho nhau vì GAP sẽ nâng cao chất lượng cà phê, trong khi HACCP sẽ cung cấp cách thức giám sát và kiểm soát chế biến theo yêu cầu của các chuỗi siêu thị và các nhà sản xuất thực phẩm. Quan trọng hơn, chỉ có HACCP giúp xác định được OTA có thể vào hệ thống ở chỗ nào và trong trường hợp nào các loại nấm gây OTA đầu tiên xuất hiện. Điều này là quan trọng để đáp ứng yêu cầu của Liên minh châu Âu và có lẽ cả các yêu cầu của Hoa Kỳ trong việc giảm và phòng ngừa nấm nhiễm độc OTA.

Vui lòng tham khảo Hướng dẫn Cà phê ITC để biết thêm thông tin.

<sup>15</sup> [www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org)

<sup>16</sup> [www.cbi.eu/market-information/coffee](http://www.cbi.eu/market-information/coffee)

<sup>17</sup> [www.coteca-hamburg.com/en](http://www.coteca-hamburg.com/en)

<sup>18</sup> [sca.coffee](http://sca.coffee)

<sup>19</sup> [www.tcworldecup.com](http://www.tcworldecup.com)

<sup>20</sup> [www.biofach.de/en](http://www.biofach.de/en)



## **NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI**

*Trụ sở chính:*

Số 46. Trần Hưng Đạo, Hoàn Kiếm, Hà Nội  
Tel: 0084.24.38253841 – Fax: 0084.24.38269578

*Chi nhánh:*

Số 7. Nguyễn Thị Minh Khai, Quận I, TP. Hồ Chí Minh  
Tel: 0084.28.38220102  
Email: marketing@thegioipublishers.vn  
Website: www.thegioipublishers.vn

---

### **Sổ tay hướng dẫn tiếp cận thị trường châu Âu cho nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam**

Chịu trách nhiệm xuất bản  
**GIÁM ĐỐC – TỔNG BIÊN TẬP**  
TS. TRẦN ĐOÀN LÂM

Biên tập: Đặng Thị Minh

LIÊN KẾT XUẤT BẢN  
**Công ty TNHH QC Truyền thông Tinh Hoa**  
SN8, ngõ 6/31/7 Đặng Văn Ngữ, Đống Đa, HN

---

In 700 bản, khổ 14,8 x 21 cm tại Công ty CP in Thiên Hà  
Địa chỉ: Đội 8, Đình Thôn, phường Mỹ Đình 1, quận Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội.  
Số xác nhận ĐKXB: 2091-2017/CXBIPH/03-148/ThG.  
Quyết định xuất bản số: 659/QĐ-ThG cấp ngày 06 tháng 07 năm 2017.  
In xong và nộp lưu chiểu năm 2017. Mã ISBN: 978-604-77-3556-3



**MUTRAP**  
EU - VIETNAM

DỰ ÁN HỖ TRỢ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI  
VA ĐẦU TƯ CỦA CHÂU ÂU

Phòng 1203, Tầng 12, Khu Văn phòng  
Tòa tháp Hà Nội, 49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội  
Tel: 84-024-3937 8472 - Fax: 84-024-3937 8476  
Email: mutrap@mutrap.org.vn - Website: www.mutrap.org.vn



SÁCH KHÔNG BÁN