



HỘI THẢO

CHỈ DẪN ĐỊA LÝ VÀ NHỮNG CAM KẾT TRONG KHUÔN KHỔ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO GIỮA VIỆT NAM – EU (EVFTA)

Hà Nội, ngày 29 tháng 6 năm 2016



CHỈ DẪN ĐỊA LÝ CHO SẢN PHẨM CHẢ MỰC





CHỈ DẪN ĐỊA LÝ CHO SẢN PHẨM CHẢ MỰC



Chè



Nem Liêu



Lợn Móng Cái



Rượu Ba Kích



Nem chua Quảng Yên



**SỞ KHCN + SỞ NN+ UBND TP HẠ
LONG + ĐƠN VỊ TƯ VẤN+....**

1. Vùng mục nguyên liệu

2. Xây dựng chỉ dẫn địa lý

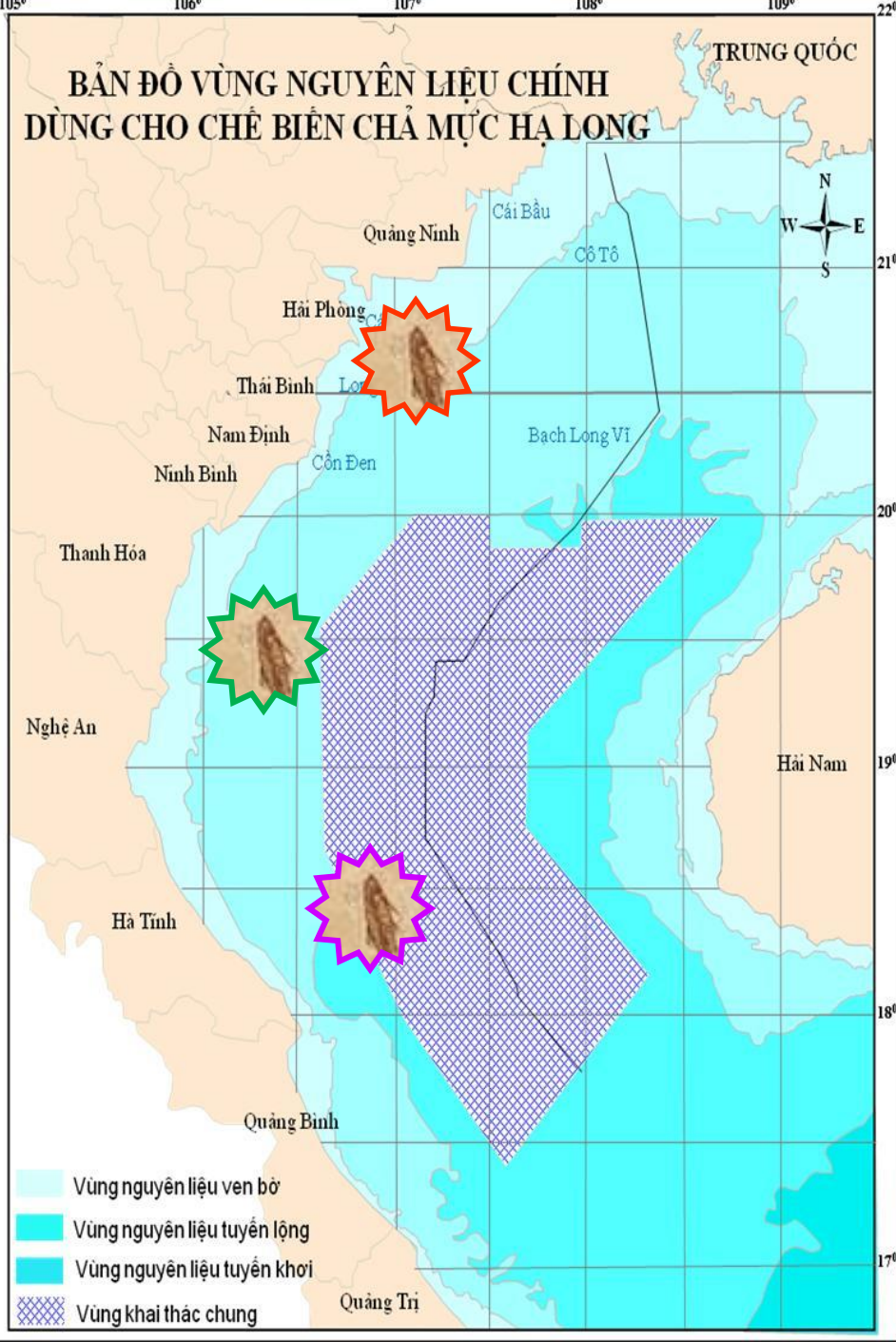
3. Quản lý chỉ dẫn địa lý

4. Phát triển thị trường

5. Tăng cường năng lực



1. VÙNG NGUYÊN LIỆU



Mực nang mắt cáo



Mực nang vân hổ

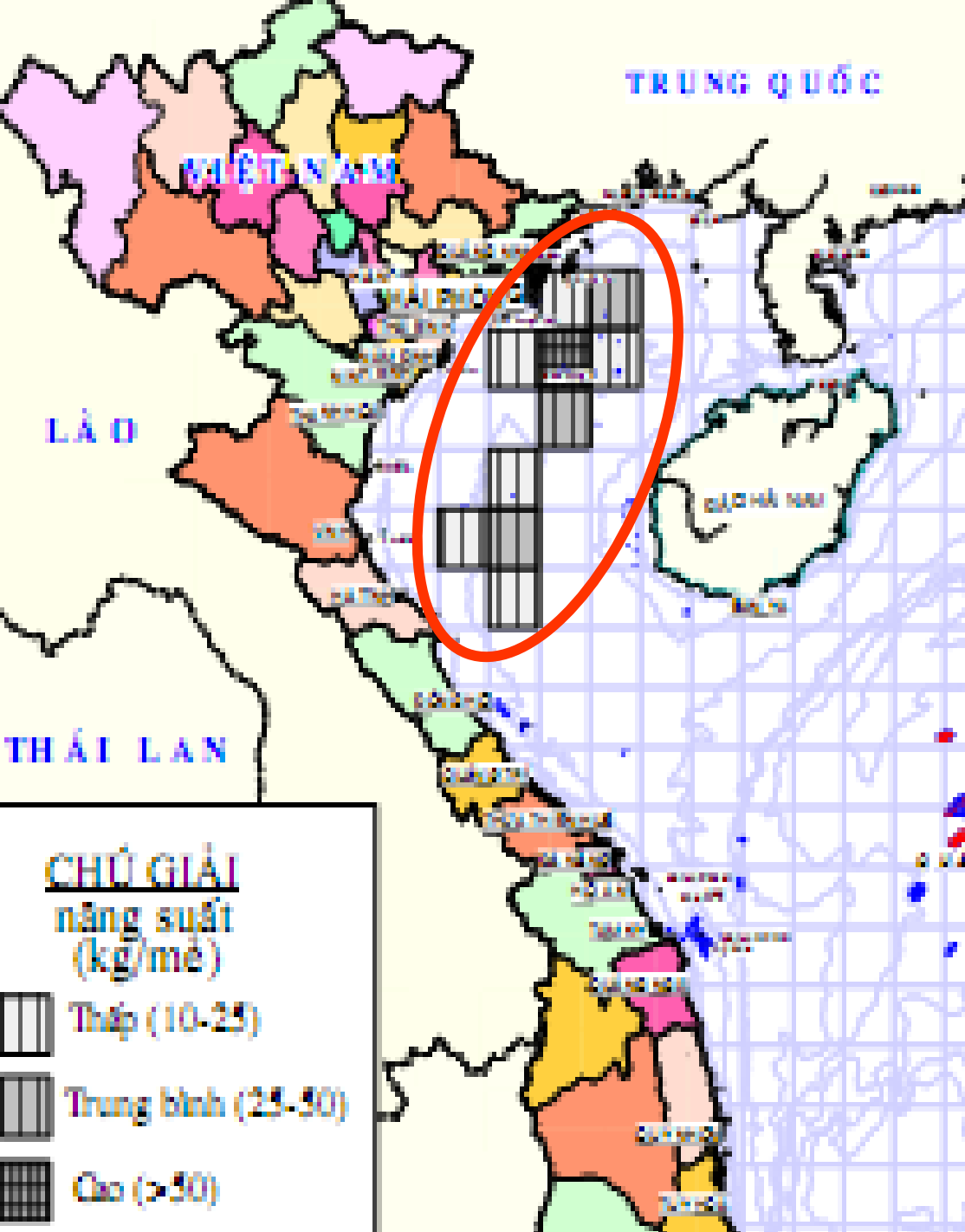


Mực nang vàng



Mực nang vân trắng







TIÊU CHUẨN MỰC NGUYÊN LIỆU

Cảm quan	Miêu tả
Loại mực nang	Mắt cáo, vân hổ, vàng, vân trắng
Màu sắc bụng	#FFA07A - #EE6A50. Màu sắc bụng ổn định
Nguồn gốc nguyên liệu	> 70% vịnh Bắc Bộ, < 30% biển miền Trung
Chiều dài cơ thể (mm)	220 - 412
Chiều dài áo (mm)	71,50 - 133,90
Trọng lượng (kg/con)	≥ 0,8

Lý hóa	ĐVT	Tiêu chuẩn
Độ ẩm	%	19.59 - 20.51
Protein	%	18.24 - 19.60
Lipid	%	3.95 - 5.68
Axit amin	mg/100g	1559 - 1777
Năng lượng	cal/g	4157 - 4341
Tro tổng số	%	0.19 - 0.29
Canxi	%	0.049 - 0.061
Iốt	µg/100g	39.8 - 42.6
Phốt pho	%	0.13 - 0.16
Muối	%	0.46 - 0.52



2. XÂY DỰNG CHỈ DẪN ĐỊA LÝ

1. Bản mô tả danh tiếng

2. Chất lượng đặc thù của sản phẩm

3. Các yếu tố địa lý quyết định đến chất lượng đặc thù của sản phẩm

4. Xác định vùng bảo hộ

5. Chuẩn hóa quy trình sản xuất

6. Xây dựng logo

7. Đăng ký chỉ dẫn địa lý



2.1. DANH TIẾNG

- Lịch sử: Nghề truyền thống (năm 1946)

- Thị trường thừa nhận: Giá bán cao

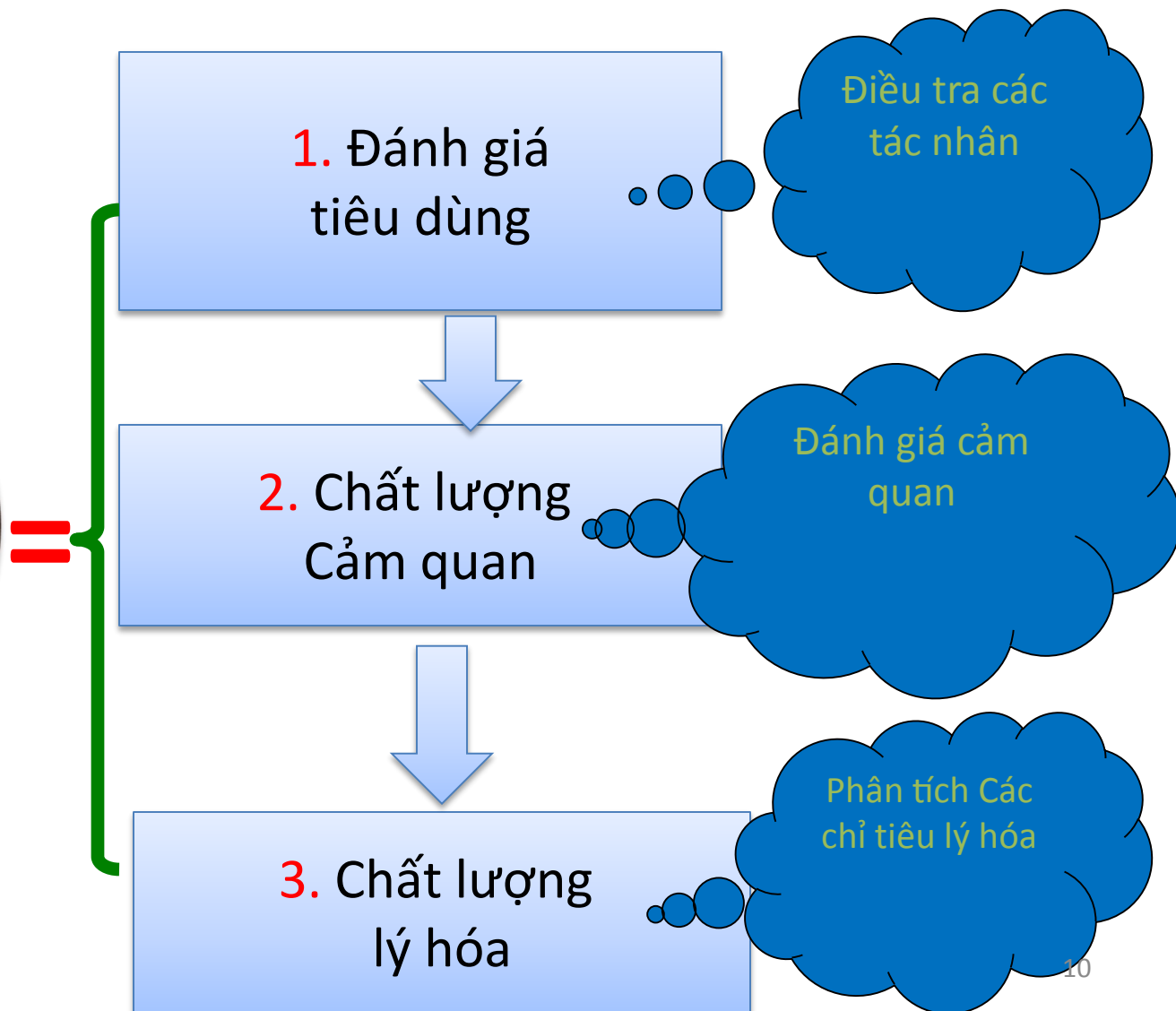
- Thừa nhận của xã hội

- Địa danh lịch sử và văn hóa: Làng chài ven biển, Ile des brouilles, thành phố du lịch

- Địa danh thế giới: Di sản thiên nhiên thế giới, kỳ quan thế giới



2.2. CHẤT LƯỢNG ĐẶC THÙ



2.2. CHẤT LƯỢNG ĐẶC THÙ

- Hình dáng: Tròn đều
- Màu sắc: Vàng đều và đẹp
- Dày 0,9 – 1,16 cm, đường kính 5,1 – 5,6 cm
- Mùi: Mùi cá mực đặc trưng
- Vị: mặn đậm và ngọt tự nhiên
- Cảm giác khi ăn: Giòn, dai, chắc và bùi
- Hình dáng: Tròn



TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Chỉ số công bố	Phương pháp thử
1	Chất khô	%	32.08 - 36.08	TCVN 3700-1990
2	Proteine	%	15.83 - 17.63	TCVN 3705-1990
3	Canxi	%	0.07 - 0.14	JECFA monograph
4	Lipit	%	5.44 - 11.38	TCVN 3703:2009
5	Photpho	%	0.25 - 0.46	TCVN 8353:2010
6	Muối	%	0.65 - 0.85	TCVN 3701:2009
7	Vitamin A	μ/100g	0.140 - 1.606	TCVN 8972-2:2011
8	Hg	mg/kg	KPH	TCVN 7107:2002
9	Pb	mg/kg	KPH	TCVN 8126:2009
10	Vi khuẩn tổng số	VK/g	< 10 ²	TCVN 6846 : 2007
11	NH ₃	mg/100g	24.2 – 45	TCVN 8344:2010
12	Formol	(%)	KPH	QCVN 4 – 12 :2010/BYT



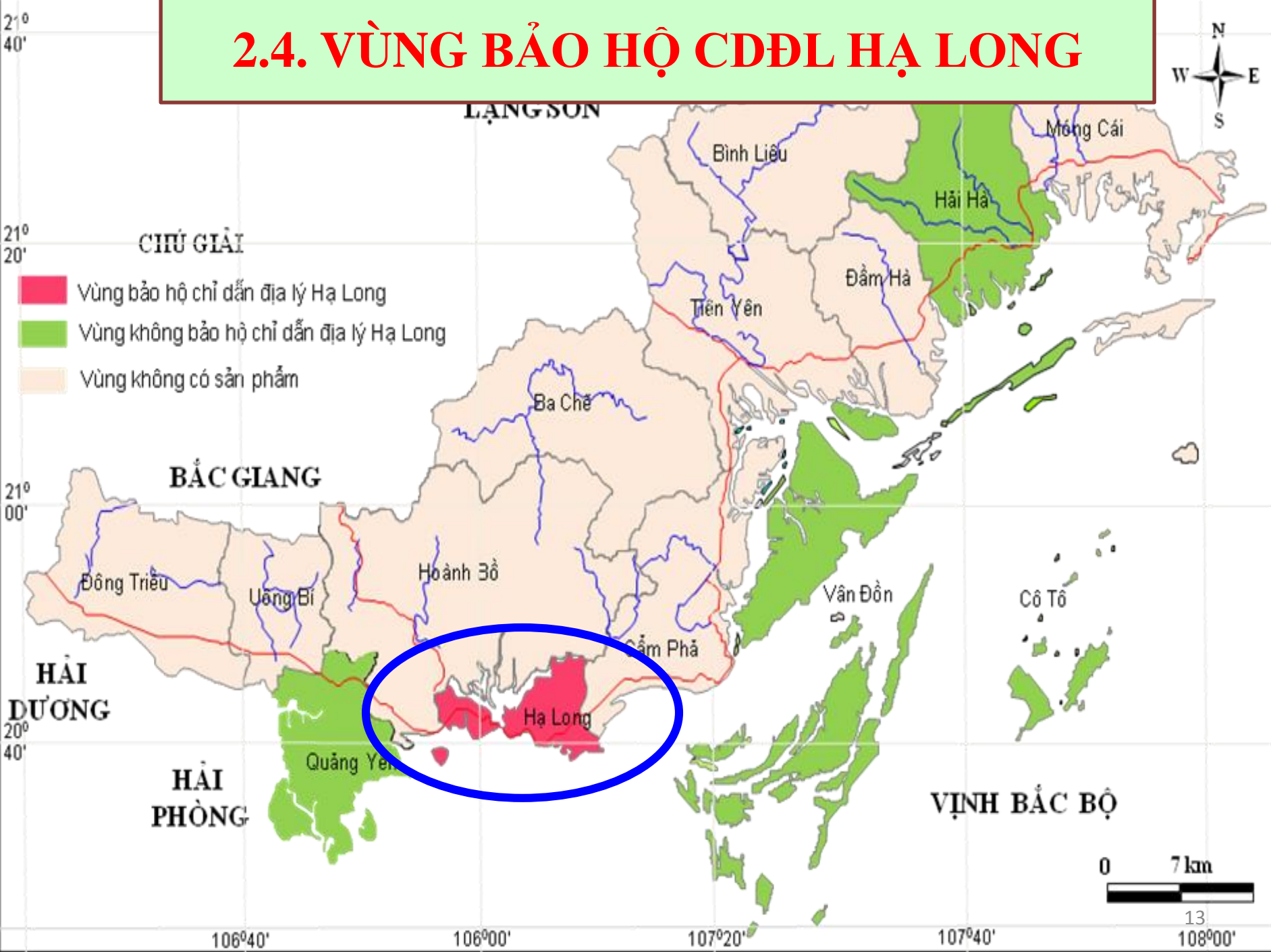
2.3. YẾU TỐ ĐỊA LÝ QUYẾT ĐỊNH

(1) VBB: độ mặn tầng nước mặt thấp hơn, biên độ nằm xa bờ ổn định hơn so BMT → **Mực nang Vịnh Bắc Bộ có hàm lượng muối < 15 – 21% so với mực nang biển miền Trung;**

(2) Lượng nước ngọt rất lớn từ các sông lớn chứa nhiều phù du trường dinh dưỡng quan trọng cho mực nang. → **Một số acid amin thiết yếu của mực nang VBB > 6 – 36% so với mực nang biển miền Trung.**

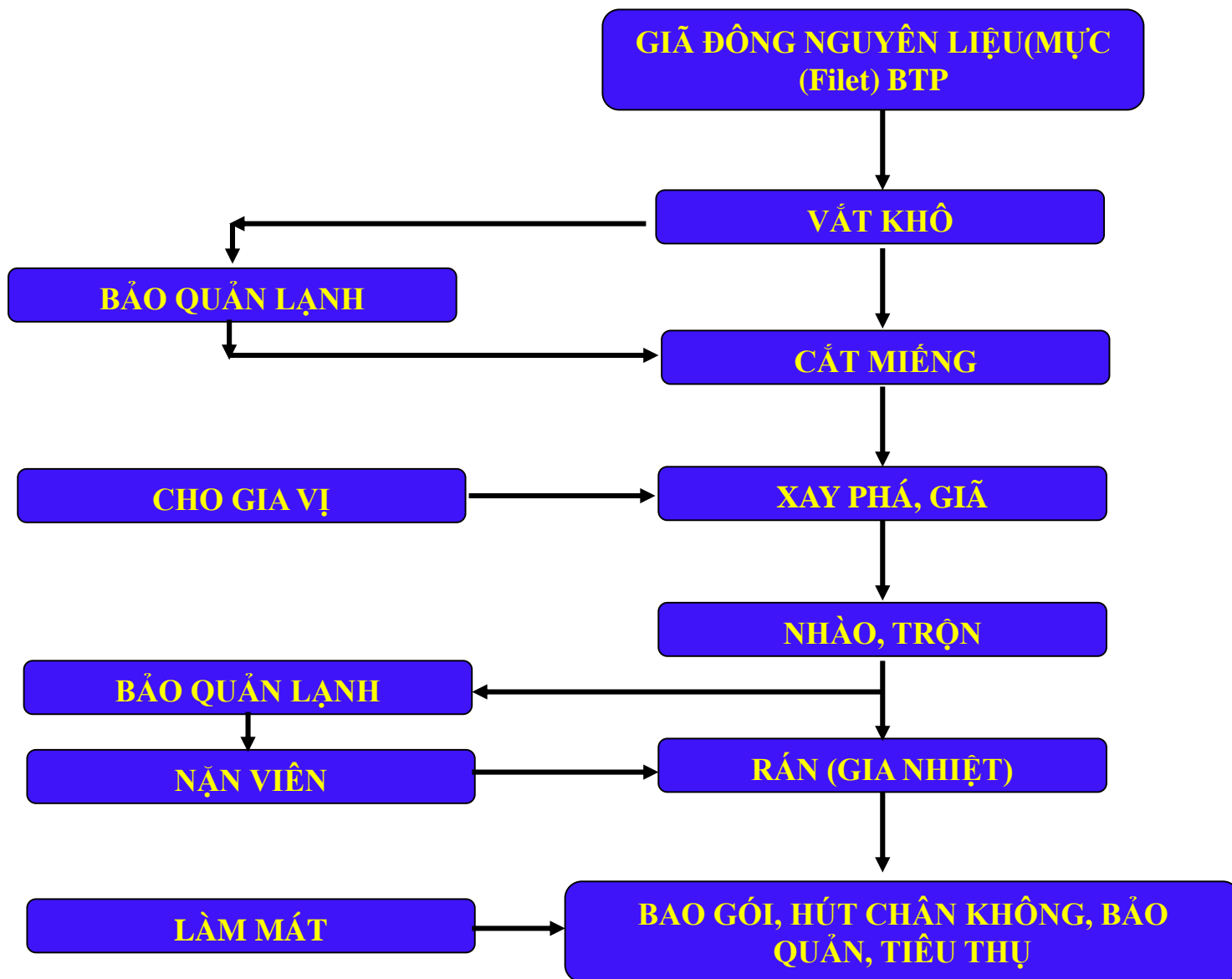


2.4. VÙNG BẢO HỘ CDDĐL HẠ LONG





2.5. CHUẨN HÓA QUY TRÌNH SẢN XUẤT





2.5. CHUẨN HÓA QUY TRÌNH SẢN XUẤT





CHUẨN HÓA QUY TRÌNH SẢN XUẤT

TT	Nguyên liệu	Định lượng	TT	Nguyên liệu	Định lượng
1	Hạt tiêu bắc	½ thìa cà phê	4	Đường kính	1 thìa cà phê
2	Hành khô	200 g	5	Bột nếp cái hoa vàng	50 g
3	Nước mắm	1 thìa cà phê	6	Bột canh	2 thìa cà phê





2.6. LOGO SẢN PHẨM

Xây dựng ý tưởng

Thiết kế

Hội thảo

Lựa chọn





BỘ NHẬN DIỆN SẢN PHẨM

Bao bì



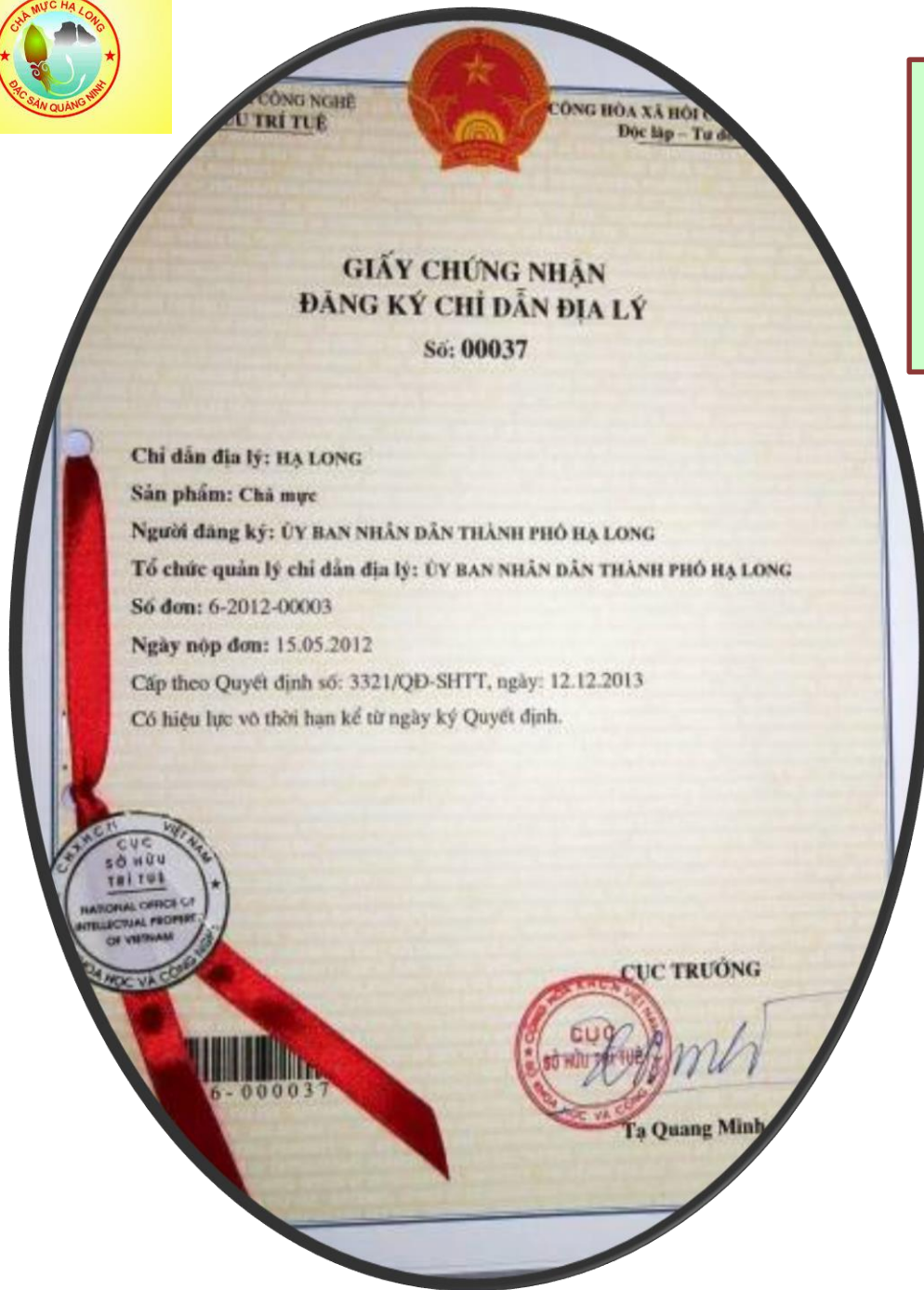
Chất liệu giấy

Hộp xốp



Chất liệu nilon



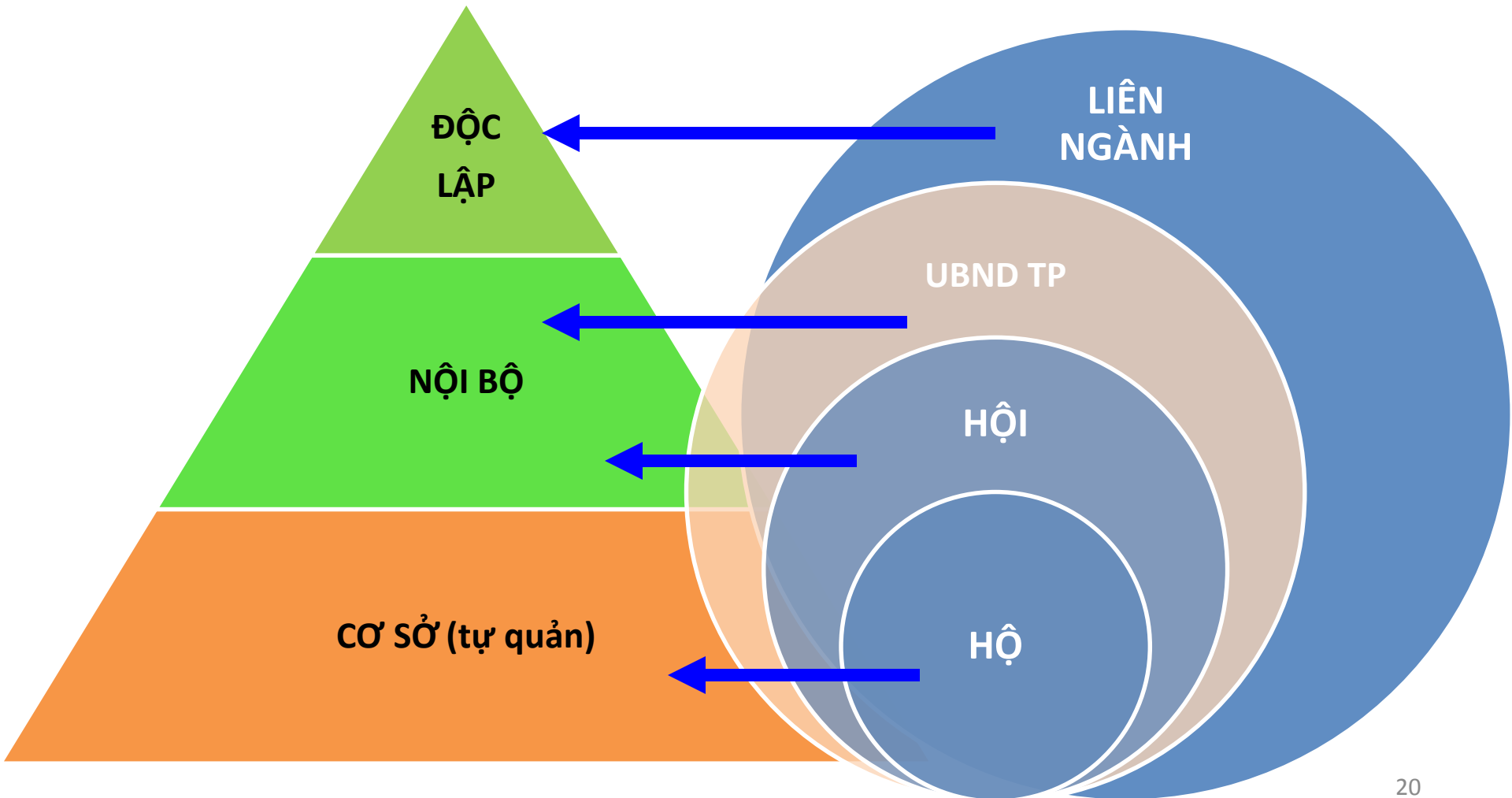


2.7. ĐĂNG KÝ CHỈ DẪN ĐỊA LÝ “HẠ LONG”

- CDĐL SỐ 000.37
- QĐ số 3321/QĐ-SHTT



3.1. MÔ HÌNH QUẢN LÝ CDĐL





THÀNH LẬP HỘI SẢN XUẤT KINH DOANH CHẢ MỰC





3.2. HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ CDĐL

CHỦ THỂ	CHỨC NĂNG	PHẠM VI	CÔNG CỤ SỬ DỤNG
HỘ	TỰ QUẢN	HỘ VÀ CỘNG ĐỒNG	1; 2; 3; 7
HỘI	GIÁM SÁT	CỘNG ĐỒNG	1; 2; 3; 10
UBND TP	KIỂM SOÁT	VÙNG CHỈ DẪN ĐỊA LÝ	1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8
ĐỘC LẬP	THANH TRA	NGOÀI VÙNG CHỈ DẪN ĐỊA LÝ	1; 2; 3; 4; 7; 9

BỘ CÔNG CỤ

1. Tiêu chuẩn chất lượng.
2. Mẫu logo
3. Quy trình sản xuất
4. Bản đồ khu vực địa lý
5. Quy chế QL và SD
6. Quy trình cấp và thu hồi
7. Sổ theo dõi
8. Phí và lệ phí
9. Quy chế quản lý độc lập
10. Điều lệ Hội



3.3. TRUY XUẤT NGUỒN GỐC



THÀNH PHẦN:

Chất béo	32,08 - 33,09 %
Protein	19,89 - 17,65 %
Carb	0,07 - 0,14 %
Tổng	5,44 - 11,90 %
Phospho	0,25 - 0,43 %
Muối	0,95 - 0,95 %
Vitamin A	0,140 - 1,503 ±100g
Thời gian (-lg)	Không phải hiện
Chỉ (DT)	Không phải hiện

CÁCH BẢO QUẢN:
- 18°C hoặc ngăn đá tủ lạnh
NSX:
HẠN SỬ DỤNG: 06 tháng
KHỐI LƯỢNG TÍNH: 1Kg

Cơ sở sản xuất:
THOAN CHẢ MỰC

Địa chỉ:
Điểm 36 + 37
Thực Phẩm Chín chợ Hạ Long I

SĐT:
033.3627219 - 0912.045705

Mã số EAN-13 gồm 13 con số





4. NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG

Đánh giá hiện
trạng

Công cụ quảng bá

Xúc tiến thương
mại

Thử nghiệm

**KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN
THỊ TRƯỜNG**



4.1. ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG

Cơ sở chế biến chả mực (2 tấn/ngày)

100%

50%

Kênh 1

45%

Kênh 2

5%

Kênh 3

Người tiêu dùng tại Hạ Long

Nhà hàng/khách sạn tại Hạ Long

Bán buôn, bán lẻ ngoài Hạ Long

Người tiêu dùng tại Hạ Long

Người tiêu dùng ngoài Hạ Long

Quy mô	Số cơ sở	Giao dịch BQ
Nhỏ	8	10
TB	10	100
Lớn	5	150

- 95% tại chỗ → phụ thuộc vào du khách
- 5% Kênh xa → Có tiềm năng nhưng chưa chủ động khai thác



4.3. XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI



**Hội chợ AgroViet Hà Nội
(14/11 - 17/11/2013)**

SIÊU THỊ

- Thủ tục + Giấy tờ
- Đa dạng về bao gói
- Khối lượng lớn, Vận/ch chuyên dụng
- Tỷ lệ triết khấu cao

CỬA HÀNG ĐÔ THỊ

- Khối lượng nhỏ, ổn định, tin cậy
- Đóng gói đa dạng.

CHỢ ĐÔ THỊ

- Nhỏ, vận chuyển lẻ, giao sớm
- Bao gói đa dạng
- Giá giao dịch thấp và Hỗ trợ bán hàng

DU KHÁCH

- Địa điểm mua thuận tiện
- Tiện dụng bảo quản và vận chuyển
- Đảm bảo về chất lượng và ATTP



4.4. KẾ HOẠCH THỊ TRƯỜNG

KÊNH TRỰC TIẾP

Mục tiêu: + người và mức tiêu dùng
Kế hoạch: + 20% (1.200 kg/ngày)
Giải pháp: Quảng bá (có thử nếm), Cải thiện điều kiện bán hàng, Liên kết với các hãng lữ hành, Chỉ dẫn điểm đỗ xe du lịch

HỆ THỐNG SIÊU THỊ

Mục tiêu: Thâm nhập, tìm kiếm trung gian đô thị lớn, Tiến tới tăng người và mức độ tiêu dùng
Kế hoạch: + > 100% (200 kg/ngày).
Đối tượng: Trung bình và lớn
Giải pháp:

- Quảng bá, thử nếm tại siêu thị (Fivemark, Big C, Metro...)
- Hoàn thiện các điều kiện sản xuất và kinh doanh
- Đa dạng bao gói
- Hệ thống thanh toán

KÊNH TRUNG GIAN TẠI CHỖ

Mục tiêu: + người và mức tiêu dùng
Kế hoạch: + 20% (1.100 kg/ngày).
Giải pháp: Quảng bá (có thử nếm), Khuyến mại tại các nhà hàng/khách sạn, Thu hút và hỗ trợ trung gian

CỬA HÀNG ĐÔ THỊ

Mục tiêu: Thiết lập liên kết và chọn trung gian tham gia phân phối
Kế hoạch: 200 kg/tuần.
Đối tượng: Cơ sở TB và nhỏ.
Giải pháp: Quảng bá, Hội nghị khách hàng thử nếm, Thu hút và hỗ trợ trung gian, Đa dạng bao gói, Hoàn chỉnh hệ thống thanh toán

CHỢ ĐÔ THỊ

Mục tiêu: Giới thiệu tới tận người TD, từng bước thâm nhập thị trường mới.
Đối tượng: Quy mô nhỏ.
Giải pháp: Linh hoạt giao dịch, Hỗ trợ bán hàng



4.5. PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT

Nâng cao **chất lượng** và **đa dạng hóa sản phẩm** → cần thay đổi về kỹ thuật sản xuất → Đầu tư máy móc, thiết bị chế biến và bảo quản sản phẩm nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm.





5. TĂNG CƯỜNG NĂNG LỰC

1. Tập huấn.
2. Biên soạn tài liệu.

Nội dung tăng cường năng lực	Số lớp	Người/lớp
Quy trình sản xuất, bảo quản, đóng gói	3	30
Quản lý và khai thác CĐDL	2	50
Quản lý nội bộ	2	20
Quản lý độc lập	2	20
Quản trị kinh doanh	1	50
Kỹ năng phát triển thị trường	1	30

SỔ TAY

QUẢN LÝ VÀ SỬ DỤNG
CHỈ DẪN ĐỊA LÝ
HẠ LÔNG





5. HIỆU QUẢ KINH TẾ - XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

- Giá bán tăng 13 - 17% so với trước khi tác động
- Sức tiêu thụ tăng 33 – 50%
- Thiết lập được 1 số trung gian thương mại tin cậy.
- Tạo việc làm: Sử dụng lao động thuê ngoài hoặc bổ xung lao động.
- Cải thiện vấn đề Vệ sinh và ATTP.
- Khả năng ứng dụng, chuyên giao và mức độ thương mại hóa cao → Thu hút được cơ sở chế biến tham gia tích cực
- Sản phẩm được đăng ký bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp
- Tại Việt Nam, sản phẩm thủy sản chế biến thứ 3 được bảo hộ CDĐL trình độ khoa học công nghệ tương đương trong nước và quốc tế.



5. HIỆU QUẢ KINH TẾ - XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG





5. HIỆU QUẢ KINH TẾ - XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI
ĐẶC SẢN VIỆT NAM

Số 2810/CV-ĐASAVINA

V/v: Giải quyết vấn đề tham gia Chương trình
"Món ngon - Tinh hoa Ẩm thực Việt 2014"

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

Hà Nội, ngày 28 tháng 10 năm 2014

Kính gửi : Ông Hồ Quang Huy – Phó Chủ tịch
UBND Thành phố Hà Long

Công ty TNHH Thương mại đặc sản Việt Nam có nhận được công văn số 4149/UBND ký ngày 10/10/2014 của UBND Thành phố Hà Long về việc yêu cầu thu hồi danh hiệu trong Chương trình "Món ngon - tinh hoa ẩm thực Việt 2014" cho món Chả mực Hà Long.

Ngày 27/10/2014 Ban tổ chức Chương trình "Món ngon - tinh hoa ẩm thực Việt 2014" đã làm việc với Công ty TNHH Thương mại đặc sản Việt Nam về vấn đề thu hồi danh hiệu cho món chả mực Hà Long.

Công ty TNHH Thương mại đặc sản Việt Nam tiếp nhận và giải quyết như sau:

1. Công ty TNHH Thương mại đặc sản Việt Nam đồng ý và thực hiện quyết định thu hồi danh hiệu của Ban tổ chức Chương trình "Món ngon - tinh hoa ẩm thực Việt 2014" cho món Chả mực Hà Long.
2. Gỡ bỏ các thông tin liên quan đến món chả mực Hà Long tham gia Chương trình "Món ngon - tinh hoa ẩm thực Việt 2014" đăng tải trên website của Công ty www.chamuchalong.org

Công ty TNHH Thương mại đặc sản Việt Nam sẽ tổ chức họp rút kinh nghiệm sâu sắc để không lặp lại sự việc cho những lần sau.

Trân trọng!

Nơi nhận:

- Như kính gửi;
- Lưu.





6. TỒN TẠI

1. **Nghiên cứu, thử nghiệm và theo dõi thị trường quy mô nhỏ → Chưa đánh giá hết được các tiềm năng, đặc biệt là thị trường tại các đô thị lớn trong nước.**
2. **Bất cập quản lý chuyên ngành → Quản lý chất lượng và tên thương mại ngoài vùng CDĐL?**
3. **Hội mới thành lập → Chuyên nghiệp chưa cao, kỹ năng điều hành các hoạt động tập thể còn thiếu, đặc biệt thị trường chung.**
4. **Chưa xây dựng được mức phí cụ thể cho sản phẩm.**



XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN

Liên hệ:

Ban quản lý Dự án EU-MUTRAP

**Phòng 1203, Tầng 12, Khu Văn phòng, Tòa tháp Hà Nội,
49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội**

Tel: (84 - 4) 3937 8472

Fax: (84 - 4) 3937 8476

Email: mutrap@mutrap.org.vn

Website: www.mutrap.org.vn

(Tài liệu hội thảo được đăng trên trang Web này)