TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Bảo hộ chỉ dẫn địa lý giúp đặc sản "bay xa"

07:03 19/06/2017

Sau khi được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhiều đặc sản của Việt Nam đã có thương hiệu trên thị trường nước ngoài, giá thành sản phẩm tăng cao.

Hiệu quả rõ nét

Nhiều đặc sản của các địa phương thời gian qua đã được Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ) cấp chứng nhận bảo hộ chỉ dẫn địa lý như cam Cao Phong, sâm Ngọc Linh, thuốc lào Vĩnh Bảo, mật ong nhãn Hưng Yên... nhằm xây dựng thương hiệu cho các đặc sản để nâng cao giá trị sản phẩm.

Việc được bảo hộ chỉ dẫn địa lý đã mang lại những hiệu quả rõ nét. Chẳng hạn, sau khi được bảo hộ chỉ dẫn địa lý “Cao Phong”, giá trị sản phẩm cam Cao Phong đã tăng lên rõ rệt. Nếu như trước đây, người trồng chỉ bán tại vườn được với giá 6.000 đồng/kg, thì sau khi có bảo hộ chỉ dẫn địa lý, đã tăng lên 20.000 - 35.000 đồng/kg.



Nhân viên Trung tâm Chiếu xạ Hà Nội kiểm định quả vải theo tiêu chuẩn của Australia (Ảnh: Quang Quyết/TTXVN)

Hay như vải thiều Lục Ngạn (Bắc Giang) từ chỗ người dân chỉ bán được giá dưới 10.000 đồng/kg thì hiện nay, có giá bình quân hơn 35.000 đồng/kg. Quả vải cũng đã thâm nhập được vào nhiều thị trường khó tính như: Australia, Nhật Bản... Thậm chí, việc xác lập chỉ dẫn địa lý còn biến vải thiều Lục Ngạn thành sản phẩm đặc biệt nhất của tỉnh Bắc Giang, hướng tới phát triển thành tài sản quốc gia.

Theo đánh giá của các chuyên gia, hiện Việt Nam có rất nhiều sản phẩm đặc sản có giá trị cao, tuy nhiên do yêu cầu khắt khe của các thị trường nước ngoài, nhiều sản phẩm tuy có chất lượng tốt nhưng vì chưa được bảo hộ thương hiệu nên gặp phải nhiều khó khăn khi thâm nhập sang thị trường các nước, giá thành thấp... Vì thế, nông dân thường xuyên gặp phải cảnh được mùa rớt giá, đây là một sự lãng phí rất lớn.

Xu hướng chung của thị trường hiện nay luôn đòi hỏi các sản phẩm phải có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, nhãn hiệu hàng hóa được bảo hộ. Vì thế việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý sẽ là giải pháp giúp xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm đặc sản địa phương, nâng cao giá trị sản phẩm và giúp các đặc sản có thể “bay xa” ra các thị trường ngoài nước một cách an toàn.

Nâng cao hiệu quả quản lý

Theo thống kê của Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ), Việt Nam hiện có khoảng hơn 900 sản phẩm đặc sản gắn với 700 địa danh khác nhau trên toàn quốc. Tuy nhiên mới chỉ có mới có khoảng 50 chỉ dẫn địa lý và 140 nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể được đăng ký xác lập, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và chỉ một số ít trong đó được đăng ký bảo hộ ở nước ngoài.

Hiện nay nhiều địa phương đã bắt đầu quan tâm tới việc đăng ký bảo hộ thương hiệu cho các sản phẩm đặc sản của địa phương mình. Tuy nhiên cũng còn nhiều địa phương chưa tiếp cận được, nhiều địa phương đã có sản phẩm được bảo hộ chỉ dẫn địa lý nhưng chưa phát huy hết hiệu quả.

Theo Thứ trưởng Bộ Bộ Khoa học và Công nghệ Trần Việt Thanh: Hiện nay, mô hình quản lý chỉ dẫn địa lý vẫn còn gặp nhiều khó khăn, sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý tham gia vào thị trường còn chưa nhiều, chưa có các dấu hiệu nhận diện chỉ dẫn địa lý làm cơ sở để người tiêu dùng nhận biết trên thị trường. Do vậy, chúng ta cần có sự nhìn nhận và đánh giá nghiêm túc về vai trò và sự cần thiết của vấn đề bảo hộ chỉ dẫn địa lý. Bởi nó không những là công cụ để bảo vệ giá trị của sản phẩm mà còn là động lực cho quá trình phát triển thương mại bền vững.

Không chỉ tăng cường khuyến khích các địa phương đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý, để đẩy mạnh công tác bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho các đặc sản, vừa qua, Bộ KHCN đã ký các biên bản hợp tác với các nước như: Nhật Bản, Thái Lan… nhằm nâng cao năng lực quản lý và hiệu quả của các chỉ dân địa lý, đồng thời đẩy mạnh các sản phẩm có chỉ dẫn địa lý vào thị trường các nước.

Theo Báo Tin tức