

TP. Hồ Chí Minh: Sản phẩm ‘Tick xanh trách nhiệm’ dần trở thành xu hướng

07:21 07/08/2025

TP. Hồ Chí Minh vừa ghi nhận đà tăng mạnh về tiêu thụ sản phẩm mang nhãn “Tick xanh trách nhiệm”, minh chứng cho xu hướng tiêu dùng ngày càng đề cao truy xuất nguồn gốc và minh bạch chất lượng.

Ngày 6/8, Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh tổ chức đoàn khảo sát các cơ sở sản xuất, điểm bán hàng triển khai chương trình "Kiểm soát chất lượng hàng hóa trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh" (gọi tắt là "Tick xanh trách nhiệm").

Chương trình "Tick xanh trách nhiệm" được TP. Hồ Chí Minh phát động từ tháng 3 năm ngoái. Theo đó, các nhà cung cấp khi tham gia với các hệ thống bán lẻ sẽ tự nguyện chịu sự giám sát chất lượng, tự nguyện ngăn chặn sản phẩm lỗi trước khi đến tay người tiêu dùng. Các sản phẩm đáp ứng tiêu chí sẽ được gắn nhãn "Tick xanh trách nhiệm".



Các sản phẩm có nhãn “Tick xanh trách nhiệm” tạo niềm tin cho người tiêu dùng khi mua sắm (Ảnh: Minh Thảo)

Ông Nguyễn Nguyên Phương, Phó giám đốc Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh cho biết, các nhà phân phối lớn như Saigon Co.op, MM Mega Market, Bách Hóa Xanh đang triển khai tốt chương trình "Tick xanh trách nhiệm". Những hệ thống bán lẻ này có sự bứt phá với số lượng nhà cung cấp và sản phẩm tham gia chương trình tăng nhanh.

Theo ông Đinh Quang Khôi, Giám đốc marketing MM Mega Market Việt Nam, tính đến cuối tháng 7, có 47 nhà cung cấp đã đăng ký tham gia trên hệ thống, 164 sản phẩm đã được phê duyệt tick xanh và 25 nhà cung cấp đã thực hiện dán logo tick xanh, mã vạch QR lên bao bì sản phẩm tại điểm bán. Vì vậy, khách hàng có thể quét mã vạch trên sản phẩm có tick xanh để truy xuất nguồn gốc, đọc thông tin về sản phẩm.

Đặc biệt, số lượng nhà cung cấp và sản phẩm tham gia chương trình đang không ngừng gia tăng. Trong đó, 100% sản phẩm rau củ đến từ khu vực Đà Lạt - một trong những vùng canh tác chủ lực của hệ thống đã được đăng ký và nhãn "Tick xanh trách nhiệm", chiếm khoảng 75% tổng lượng rau củ đang được phân phối tại các siêu thị Mega Market Việt Nam trên toàn quốc.

Ông Khôi cho rằng những con số nêu trên cho thấy sự chuyển biến tích cực trong nhận thức và cam kết của nhà cung cấp đối với các tiêu chí phát triển bền

vững mà hệ thống siêu thị đang theo đuổi.

Theo bà Võ Thị Bích Thủy, quyền quản lý ngành hàng cao cấp, phòng kinh doanh Saigon Co.op, tính đến tháng 7, hệ thống đã có 99 nhà cung cấp tham gia chương trình "Tick xanh trách nhiệm" với hơn 2.000 sản phẩm. Trong đó, Saigon Co.op đã rà soát và phê duyệt hơn 1.500 sản phẩm đủ điều kiện dán nhãn tick xanh.

Qua quá trình triển khai, Saigon Co.op ghi nhận sự quan tâm rõ rệt từ người tiêu dùng đối với các sản phẩm mang nhãn "Tick xanh trách nhiệm". Doanh số các sản phẩm này trong tháng 7 tăng hơn 40% so với cùng kỳ năm trước. Đây được xem là tín hiệu tích cực trong việc xây dựng nhận diện và lan tỏa thói quen tiêu dùng có trách nhiệm đến khách hàng.

Nói về thách thức khi vận động các nhà cung cấp tham gia chương trình, ông Khôi cho biết việc chuẩn hóa bao bì, dán tem "Tick xanh trách nhiệm" và mã QR còn chưa đồng đều giữa các nhà cung cấp. Mức độ nhận diện của khách hàng với nhãn tick xanh tại điểm bán còn hạn chế.

Trước một số thách thức hiện nay, đại diện siêu thị MM Mega Market Việt Nam cho biết đơn vị đã lên kế hoạch triển khai các chiến dịch khuyến mãi riêng cho nhóm sản phẩm "Tick xanh trách nhiệm", ưu tiên mở rộng đơn hàng với nhà cung cấp đã đạt tick xanh; cũng như tăng cường hướng dẫn nhà cung cấp thực đúng quy định quy trình sử dụng logo, mã QR...

Hoàng Bách (t/h)