

KẾ HOẠCH
HÀNH ĐỘNG PHÁT TRIỂN VÀ QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU
“ĐÀ LẠT - KẾT TINH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LÀNH”
GIAI ĐOẠN 2017-2020

I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH KẾ HOẠCH:

Lâm Đồng là một tỉnh có tiềm năng và lợi thế về điều kiện tự nhiên và nguồn nhân lực phù hợp để phát triển sản xuất nông nghiệp quy mô hàng hoá với các loại nông đặc sản ưu thế so với các vùng khác, như: Cây công nghiệp dài ngày (chè, cà phê, dâu tằm...), bò sữa, cá nước lạnh, rau, hoa, quả cao cấp có nguồn gốc ôn đới, á nhiệt đới, đặc biệt là các sản phẩm rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông. Nhằm tăng cường hoạt động quảng bá, phát triển thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp, du lịch của tỉnh, góp phần xây dựng nền sản xuất nông nghiệp bền vững, mở rộng thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước, phát triển du lịch thành ngành kinh tế động lực, gia tăng kim ngạch xuất khẩu, nâng cao giá trị sản phẩm, thu nhập cho người sản xuất, thu hút đầu tư và tạo điểm đến hấp dẫn thu hút du khách đến với Lâm Đồng.

Song song với việc thực hiện Dự án phát triển nông nghiệp theo hướng tiếp cận đa ngành, cải thiện môi trường đầu tư trong nông nghiệp và triển khai chiến lược phát triển thương hiệu, quảng bá nông sản, du lịch canh nông tỉnh Lâm Đồng được Tổ chức JICA, Nhật Bản hỗ trợ; Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng ban hành Kế hoạch hành động phát triển và quảng bá thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2017-2020, như sau:

II. MỤC TIÊU:

1. Xây dựng thương hiệu nông sản, quảng bá nông sản, du lịch canh nông Lâm Đồng trở thành thương hiệu số 01 (một) tại Việt Nam. Tập trung các nguồn lực để phát triển và quảng bá thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” đối với sản phẩm rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2017-2020.

2. Thông qua truyền thông và quảng bá thương hiệu giúp người tiêu dùng nhận biết, ghi nhớ, hài lòng, tin tưởng thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” để lựa chọn và ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu. Đây mạnh việc thu hút vốn đầu tư phát triển sản phẩm có thương hiệu.

3. Triển khai đồng thời công tác phát triển, quảng bá thương hiệu với quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ nhằm nâng cao chất lượng, giá trị, sức cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ; nhấn mạnh sự an toàn, chất lượng và chuyên nghiệp của sản phẩm, dịch vụ khi gắn thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ, thu hút du lịch, nâng

cao đời sống của người dân vùng sản xuất, tăng sản lượng nông sản thương hiệu xuất khẩu, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

III. SẢN PHẨM, ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI VÀ THỜI GIAN THỰC HIỆN:

1. Sản phẩm áp dụng: Rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông.

2. Đối tượng thực hiện:

a) Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ gia đình, cá nhân sản xuất, kinh doanh rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

b) Người tiêu dùng sản phẩm, người sử dụng dịch vụ.

c) Các sở, ngành, địa phương, các tổ chức đoàn thể tỉnh Lâm Đồng.

d) Các cơ quan truyền thông trong và ngoài nước.

3. Phạm vi thực hiện: Thành phố Đà Lạt và các huyện Lạc Dương, Đơn Dương, Đức Trọng và một số xã của huyện Lâm Hà theo ranh giới quy hoạch chung thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2050 được phê duyệt tại Quyết định số 704/QĐ-TTg ngày 12/5/2014 của Thủ tướng Chính phủ.

4. Thời gian thực hiện: Giai đoạn 2017 - 2020.

IV. NỘI DUNG THỰC HIỆN:

1. Tổ chức truyền thông, quảng bá thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”:

1.1. Sản phẩm, khách hàng, thị trường mục tiêu thực hiện truyền thông quảng bá:

a) Sản phẩm Rau: Tập trung vào kênh bán lẻ hiện đại, siêu thị, siêu thị mini, thị trường trong nước và xuất khẩu.

b) Sản phẩm Hoa: Các kênh tiêu thụ hoa hiện đại, siêu thị, shop hoa...

c) Sản phẩm cà phê Arabica: Các quán cà phê trung và cao cấp, các hệ thống bán buôn, bán lẻ hiện đại, siêu thị, siêu thị mini,...

d) Du lịch canh nông: Các trường học, các chương trình du lịch tổ chức cho du khách tham gia những hoạt động trải nghiệm, tìm hiểu, nghiên cứu nông nghiệp công nghệ cao.

1.2. Triển khai thực hiện truyền thông, quảng bá thương hiệu, kiểm tra và giám sát chiến dịch truyền thông:

a) Thực hiện truyền thông quảng bá:

- Đăng tải Video Clip “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” phiên bản 02 phút 30 giây và phiên bản 60 giây trên các Đài Phát thanh - Truyền hình Trung ương và địa phương, Internet, mạng xã hội và quảng bá ở nước ngoài; xây dựng trang thông tin về thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” phục vụ quảng bá trên các báo, tạp chí,...

- Xây dựng chuyên trang Website thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” phục vụ người tiêu dùng trong việc truy cập, tìm kiếm các sản phẩm chất lượng mang thương hiệu.

- Truyền thông, quảng bá hai loại hình du lịch canh nông: “Một điểm dừng” và “Tuyến điểm”.

b) Triển khai các hình thức truyền thông:

- Tổ chức truyền thông một chiều: Truyền thông trên truyền hình, báo chí; truyền thông trên màn hình và biển quảng cáo ngoài trời, tờ rơi, áp phích, phướn; truyền thông qua các chương trình, sự kiện, Lễ hội Festival Hoa, Lễ hội Văn hóa Trà,... Lắp đặt một số pano tấm lớn trên các Quốc lộ 20, 27, 27C, ... để phục vụ quảng bá các nhãn hiệu nông sản đến với nhân dân và du khách khi đến với Đà Lạt - Lâm Đồng.

- Tổ chức truyền thông tương tác: Truyền thông qua các chương trình, sự kiện, Lễ hội Festival Hoa, Lễ hội Văn hóa Trà,... clip quảng cáo điện tử, cuộc thi ảnh trực tuyến, qua Internet, mạng xã hội,...

- Xây dựng, thiết kế tập gấp, tờ rơi về nhãn hiệu rau, hoa, cà phê Arabica; ấn phẩm, clip quảng cáo các loại hình du lịch canh nông để phát hành miễn phí đến người tiêu dùng thông qua các kênh như: Các chương trình lễ hội, hội nghị, hội chợ thương mại trong và ngoài nước, các đoàn đi xúc tiến ngoài nước, du khách đến Đà Lạt, các trung tâm phân phối nông sản, hệ thống các siêu thị, các khu, điểm du lịch, cảng hàng không,...

- Kết hợp quảng bá, giới thiệu thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” tại các buổi làm việc, hội nghị hoặc các hoạt động kết nối giao thương giữa tỉnh Lâm Đồng với các thành phố lớn như: Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Hải Phòng, Cần Thơ,... và các thị trường xuất khẩu mục tiêu như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, EU,...

- Tổ chức truyền thông hợp tác: Hợp tác với các trung tâm phân phối nông sản lớn, với đơn vị dịch vụ du lịch (cơ sở lưu trú, lữ hành, phương tiện vận chuyển công cộng...), với chuỗi chương trình truyền hình (chương trình đối thoại chia sẻ thông tin kinh nghiệm sản xuất nông sản Lâm Đồng, quảng bá hình ảnh, sản phẩm nông sản Lâm Đồng trong các chương trình truyền hình,...); trên các chuyến bay quốc tế và nội địa của các hãng hàng không; hợp tác với Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) - chuỗi chương trình truyền hình.

- Tổ chức gắn logo, nhãn bao bì đóng gói sản phẩm cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ sử dụng thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” đối với các sản phẩm: Rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông trên địa bàn thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận.

- Quảng bá, tuyên truyền cho các đối tượng: Hộ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác, các doanh nghiệp trực tiếp sản xuất hoặc tham gia vào chuỗi sản xuất, cung cấp dịch vụ, giúp nâng cao ý thức, thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng sản phẩm, nâng cao giá trị thương hiệu trong quá trình triển khai thực hiện.

- Tỉnh Lâm Đồng chọn đợt cao điểm về tuyên truyền, quảng bá nhãn hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” năm 2017 là thời gian tổ chức Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII để tạo sức lan tỏa mạnh mẽ trong và ngoài nước.

c) Tổ chức kiểm tra, giám sát chiến dịch truyền thông.

2. Công tác quản lý thương hiệu:

a) Thành lập Ban Quản lý thương hiệu cấp tỉnh:

- Chỉ đạo, tư vấn, hỗ trợ cơ quan quản lý nhãn hiệu trong việc thực hiện công tác quản lý nhà nước và quảng bá thương hiệu.

- Xây dựng Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”, thực hiện công tác hậu kiểm đối với việc chấp hành quy định của các tổ chức, cá nhân được cấp sử dụng nhãn hiệu chứng nhận.

b) Thực hiện đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”.

c) Xây dựng tiêu chí, quy chuẩn để đánh giá xếp loại các sản phẩm nông sản, du lịch canh nông gắn thương hiệu làm căn cứ thực hiện cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận và kiểm tra, đánh giá trong quá trình sử dụng thương hiệu.

d) Đánh giá và lựa chọn các tổ chức, cá nhân đủ điều kiện, tiêu chuẩn để cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”; giai đoạn đầu ưu tiên các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác đang tham gia các chuỗi sản xuất nông nghiệp bền vững và đã được cấp giấy chứng nhận VietGAP, GlobalGAP, các tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm,...

đ) UBND thành phố Đà Lạt và các huyện: Đơn Dương, Đức Trọng, Lâm Hà, Lạc Dương: Phân công các phòng, đơn vị chuyên môn có chức năng quản lý thương hiệu tại địa phương; tổ chức khảo sát, đánh giá và cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” cho các tổ chức, cá nhân tại địa phương; tham mưu thực hiện hiệu quả công tác quản lý, phát triển, quảng bá thương hiệu của địa phương gắn với công tác kiểm soát chất lượng sản phẩm.

e) Trong thời gian chuyển tiếp từ nhãn hiệu chứng nhận “Rau Đà Lạt”, “Hoa Đà Lạt”,... sang nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” cho phép các doanh nghiệp, cơ sở có sử dụng nhãn hiệu chứng nhận trước đây, sử dụng các nhãn hiệu, bao bì đã in ấn và có giải pháp, kế hoạch chuyển đổi đảm bảo sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” thực sự tiết kiệm, hiệu quả.

g) Ưu tiên triển khai việc cấp quyền sử dụng thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” cho các tổ chức, cá nhân đang sử dụng các thương hiệu “Rau Đà Lạt”, “Hoa Đà Lạt” sau 6 tháng, kể từ khi được Cục Sở hữu trí tuệ cấp chứng nhận và công bố chính thức thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” để chuyển sang sử dụng thương hiệu mới; đồng thời, triển khai việc cấp quyền sử dụng cho các tổ chức, cá nhân mới có nhu cầu và đủ điều kiện.

3. Quản lý chất lượng sản phẩm:

3.1. Quản lý chất lượng sản phẩm nông nghiệp:

a) Xây dựng Kế hoạch quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm nông sản sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” giai đoạn 2017-2020.

b) Tăng cường tính chủ động, nâng cao hiệu quả, hiệu lực công tác kiểm soát chất lượng sản phẩm trong chuỗi giá trị sản phẩm nông sản từ khâu sản xuất (giống cây trồng, vật tư nông nghiệp, quy trình sản xuất, chăm sóc,...) đến sơ chế, phân loại, bảo quản sau thu hoạch (các trung tâm sau thu hoạch, doanh nghiệp, cơ sở) chế biến và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa (công nghệ sản xuất, chế biến, lưu thông, tiêu thụ trên thị trường). Nâng cao hiệu quả quản lý an toàn thực phẩm đối với sản phẩm nông sản mục tiêu; nâng cao ý thức tổ chức sản xuất, chế biến sạch, an toàn đối với các tổ chức, cá nhân sản xuất, chế biến, kinh doanh nông sản.

c) Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho cán bộ, công chức quản lý nhà nước; các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh nông sản về các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển ổn định, bền vững.

d) Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, cơ sở, đầu mối thu mua nông sản, nông hộ sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” xây dựng kế hoạch và các điều kiện để chuẩn hóa sản phẩm đạt tiêu chuẩn đủ điều kiện đăng ký sử dụng nhãn hiệu chứng nhận, chịu trách nhiệm tổ chức kiểm tra, kiểm soát và công bố chất lượng và phân loại nông sản được gắn nhãn hiệu chứng nhận trước khi tiêu thụ.

d) Các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành tiến hành giám sát quá trình thực hiện của các đơn vị được sử dụng nhãn hiệu chứng nhận; định kỳ và đột xuất lấy mẫu kiểm tra chất lượng sản phẩm, thực hiện các chế tài đối với các sản phẩm không đạt chất lượng và các hành vi vi phạm pháp luật về an toàn vệ sinh thực phẩm, sử dụng nhãn hiệu không hợp pháp.

e) Tổ chức vận hành tốt mô hình kiểm tra nhanh chất lượng nông sản trung tâm sau thu hoạch tại Công ty TNHH sản xuất thương mại nông sản Phong Thúy, huyện Đức Trọng và một số trung tâm sau thu hoạch khác để rút kinh nghiệm trong công tác quản lý và làm dịch vụ sau thu hoạch cho sản phẩm của các hộ nông dân liên kết, các đơn vị có nhu cầu.

g) Thực hiện có hiệu quả kế hoạch hình thành và quản lý chuỗi sản xuất nông nghiệp bền vững, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và giảm phát thải khí nhà kính để hình thành các chuỗi cung cấp thực phẩm an toàn; hoàn thiện, nâng cao hiệu quả hệ thống kiểm soát chất lượng an toàn sản phẩm nông nghiệp.

3.2. Nâng cao chất lượng thương hiệu du lịch canh nông:

a) Các sở, ngành, địa phương xây dựng lộ trình truyền thông, quảng bá du lịch canh nông “Một điểm dừng” và “Tuyến điểm”.

b) Xây dựng quy định quản lý và khai thác kinh doanh mô hình du lịch canh nông để đảm bảo quyền lợi cho các đơn vị kinh doanh, tổ chức, hộ gia đình và du khách tham gia dịch vụ du lịch canh nông.

c) Tổ chức hội nghị xúc tiến quảng bá du lịch canh nông.

d) Thực hiện thiết kế ấn phẩm, clip quảng bá mô hình du lịch canh nông (sản phẩm, dịch vụ, sơ đồ, bản đồ các nhà vườn,...).

đ) Xây dựng cổng chào đối với mô hình du lịch “Tuyến điểm” trên địa bàn thành phố Đà Lạt và các huyện: Lạc Dương, Đơn Dương.

e) Các sở, ngành, địa phương và các đơn vị liên quan phối hợp thực hiện việc tuyên truyền, quảng bá và phát triển thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” thông qua các nội dung:

- Đón các đoàn khảo sát lữ hành, báo chí trong và ngoài nước đến khảo sát các mô hình du lịch canh nông tại tỉnh Lâm Đồng.

- Giới thiệu tại các chương trình lễ hội, hội nghị, hội chợ, hội thảo trong và ngoài nước,...

- Quảng bá tại các khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, công ty lữ hành trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, các chương trình tập huấn.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN:

1. Tổng kinh phí thực hiện: 11.385.000.000 đồng (Mười một tỷ, ba trăm tám mươi lăm triệu đồng), tương đương 500.000 USD.

2. Phân kỳ nguồn kinh phí thực hiện:

- | | |
|-------------|---------------------|
| - Năm 2017: | 1.119.000.000 đồng. |
| - Năm 2018: | 3.501.000.000 đồng. |
| - Năm 2019: | 3.740.000.000 đồng. |
| - Năm 2020: | 3.025.000.000 đồng. |

(Chi tiết tại Phụ lục 1 kèm theo)

3. Nguồn kinh phí: Ngân sách tỉnh bố trí hàng năm.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Sở Công Thương:

a) Là cơ quan thường trực, tham mưu UBND tỉnh tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch hành động phát triển và quảng bá thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2017-2020; định kỳ tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh tình hình và kết quả thực hiện.

b) Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành, địa phương, cơ quan và đơn vị có liên quan xây dựng lộ trình triển khai công việc cụ thể theo từng giai đoạn, tránh chồng chéo nội dung thực hiện giữa các Sở, ngành, địa phương, đơn vị; hàng năm có văn bản đề nghị các Sở, ngành, địa phương, đơn vị có liên quan đề xuất dự toán kinh phí và là đầu mối tổng hợp chung về nội dung, dự toán kinh phí gửi Sở Tài chính thẩm định, trình UBND tỉnh phê duyệt để tổ chức thực hiện (tùy theo nội dung, khối lượng công việc của từng năm có thể xây dựng dự toán kinh phí cao hoặc thấp hơn so với phân kỳ hàng năm, nhưng không vượt quá tổng kinh phí cả giai đoạn 2017-2020).

c) Tập trung các hoạt động phát triển, quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường tiêu thụ, tìm kiếm đối tác tiêu thụ trong và ngoài nước, hỗ trợ xuất khẩu

sản phẩm hàng hóa, ứng dụng khoa học công nghệ, thương mại điện tử, hỗ trợ hợp tác thương mại, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm, thu hút khách du lịch...

d) Tiếp tục nhân rộng mô hình của Công ty TNHH sản xuất thương mại nông sản Phong Thủy để tăng sản lượng nông sản được liên kết sản xuất, thu mua, sơ chế, chế biến, bảo quản theo công nghệ hiện đại gắn với công tác kiểm soát chất lượng sản phẩm; thực hiện có hiệu quả chương trình khuyến công, kế hoạch hỗ trợ phát triển các sản phẩm công nghiệp chủ lực và có lợi thế cạnh tranh của tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020 để hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, trang trại, hộ nông dân đầu tư máy móc, thiết bị; hỗ trợ các tổ chức, cá nhân và hộ nông dân tiếp cận thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” ngay sau khi được cấp giấy chứng nhận thương hiệu.

đ) Hàng năm phối hợp với các Sở, ngành, địa phương rà soát, đánh giá các sản phẩm, dịch vụ khác có đủ điều kiện, tiêu chuẩn để xem xét, đề xuất bổ sung sử dụng thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

e) Tăng cường công tác quản lý chất lượng sản phẩm hàng hóa; kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng kém chất lượng và các hành vi vi phạm nhãn hiệu, thương hiệu sản phẩm.

2. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

a) Chủ trì, phối hợp với Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Công Thương, UBND các huyện, thành phố xây dựng bộ tiêu chí, quy chuẩn các sản phẩm nông sản gắn nhãn hiệu chứng nhận làm căn cứ thực hiện cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận và kiểm tra, đánh giá chất lượng sản phẩm trong quá trình sử dụng nhãn hiệu chứng nhận; chịu trách nhiệm kiểm soát, quản lý chất lượng sản phẩm nông sản mang nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

b) Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho cán bộ, công chức quản lý nhà nước; tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh nông sản về cơ chế chính sách, các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển bền vững.

c) Phối hợp với Sở Công Thương triển khai kế hoạch phát triển, nhân rộng các trung tâm sau thu hoạch nông sản.

d) Phát triển giống cây trồng có năng suất, chất lượng cao, phù hợp với điều kiện phát triển của từng địa phương trên địa bàn tỉnh; xây dựng quy trình sản xuất, chăm sóc cây trồng theo hướng ứng dụng công nghệ cao; triển khai thực hiện việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm để đảm bảo quản lý chất lượng nông sản trong quá trình sản xuất.

đ) Phối hợp, hỗ trợ các địa phương lồng ghép các nguồn kinh phí từ các chương trình, đề án, dự án khác để thực hiện quản lý, kiểm tra, kiểm soát, giám sát chất lượng nông sản và an toàn thực phẩm đối với đơn vị sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”. Định kỳ, đột xuất kiểm tra chất lượng nông sản đối với các đơn vị trong quá trình sử dụng nhãn hiệu chứng nhận.

3. Sở Khoa học và Công nghệ:

a) Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành, địa phương liên quan xây dựng bản đồ xác định vùng sản phẩm được chứng nhận nhãn hiệu; tham mưu UBND tỉnh, hoàn thành việc đăng ký và được cấp chứng nhận thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” trong tháng 9/2017.

b) Phối hợp Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng bộ tiêu chí, quy chuẩn các sản phẩm nông sản sử dụng nhãn hiệu chứng nhận.

c) Tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn, hội thảo liên quan đến xây dựng, phát triển thương hiệu, nhãn hiệu chứng nhận.

d) Tổ chức thực hiện các chương trình, dự án, các nhiệm vụ khoa học công nghệ cấp tỉnh có liên quan đến việc nâng cao chất lượng, giá trị, khả năng cạnh tranh của sản phẩm mục tiêu là rau, hoa, cà phê Arabica, du lịch canh nông từ nguồn ngân sách sự nghiệp khoa học và công nghệ hàng năm.

d) Đẩy mạnh hoạt động đổi mới công nghệ, ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm thương hiệu.

4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

a) Hoàn thiện và nâng cấp tiêu chí công nhận 02 loại hình du lịch canh nông: “Một điểm dừng” và “Tuyến điểm”; chịu trách nhiệm kiểm soát, quản lý chất lượng sản phẩm du lịch canh nông mang nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

b) Hoàn thiện việc xây dựng quy định quản lý và khai thác 02 loại hình du lịch canh nông: “Một điểm dừng” và “Tuyến điểm”. Thực hiện công tác thẩm định, hướng dẫn công bố đối với các đơn vị đạt tiêu chí 02 loại hình du lịch nêu trên.

c) Phối hợp triển khai công tác truyền thông và quảng bá thương hiệu du lịch canh nông trên địa bàn thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận. Phối hợp với các sở, ngành, địa phương, các cơ quan, đơn vị truyền thông thực hiện tốt công tác tuyên truyền, quảng bá, chú trọng tổ chức hiệu quả đợt cao điểm về tuyên truyền, quảng bá nhãn hiệu vào dịp tổ chức Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII.

5. Sở Tài chính:

a) Chủ trì, phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư tham mưu, đề xuất UBND tỉnh hàng năm bố trí nguồn vốn, thẩm định dự toán, trình phê duyệt để các sở ngành, địa phương, cơ quan, đơn vị thực hiện kế hoạch.

b) Trong quá trình phân bổ và thẩm định kinh phí cần rà soát, lồng ghép với các chương trình, kế hoạch, đề án khác để tránh trùng lắp nội dung, kinh phí thực hiện; cơ cấu vốn chủ yếu tập trung có công tác tuyên truyền, quảng bá phát triển thương hiệu, không bố trí vốn kế hoạch này cho việc thực hiện các nội dung quản lý, nâng cao chất lượng sản phẩm.

c) Hướng dẫn các cơ quan, đơn vị, địa phương quản lý, sử dụng, thanh quyết toán kinh phí theo quy định.

6. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch:

a) Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành, địa phương, đơn vị có liên quan thực hiện các nhiệm vụ xúc tiến thương mại, tuyên truyền, quảng bá thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”; phối hợp với các sở, ngành và các đơn vị truyền thông trong, ngoài nước thực hiện các hoạt động công bố nhãn hiệu và danh sách các tổ chức, cá nhân được cấp chứng nhận quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận.

b) Tổ chức tuyên truyền thông qua việc phát hành, in ấn các ấn phẩm, tập gấp, đăng tải thông tin về nhãn hiệu lên các kênh thông tin, xúc tiến thương mại, phối hợp mở rộng mạng lưới tiêu thụ cho các sản phẩm rau, hoa, cà phê Arabica, du lịch canh nông tỉnh Lâm Đồng.

7. Sở Thông tin và Truyền thông; Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh; Báo Lâm Đồng:

a) Tổ chức truyền thông, quảng bá Kế hoạch hành động phát triển và quảng bá thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” đối với các sản phẩm rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông tỉnh Lâm Đồng.

b) Chủ động xây dựng chương trình, kế hoạch để thực hiện công tác truyền thông, quảng bá phát triển thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” và các nhãn hiệu chứng nhận khác đã được công nhận.

c) Tổ chức tuyên truyền, truyền thông giúp nâng cao ý thức tổ chức sản xuất nông sản đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển du lịch canh nông lành mạnh, đúng mục tiêu, có hiệu quả; nâng cao ý thức tiêu dùng và sử dụng dịch vụ cho người dân.

8. UBND thành phố Đà Lạt và các huyện Đơn Dương, Đức Trọng, Lạc Dương, Lâm Hà:

a) Chủ động xây dựng và lồng ghép các nguồn kinh phí triển khai Kế hoạch hành động phát triển và quảng bá thương hiệu đối với các sản phẩm của địa phương.

b) Thông báo đến các tổ chức, cá nhân đang sử dụng nhãn hiệu “Rau Đà Lạt”, “Hoa Đà Lạt”, ...về lộ trình, cách thức chuyển đổi sang sử dụng nhãn hiệu mới để chủ động kế hoạch sản xuất, kinh doanh và biện pháp sử dụng hết các bao bì, nhãn mác đã in ấn trong thời gian chuyển tiếp, tránh lãng phí cho doanh nghiệp và người sản xuất.

c) UBND các huyện: Đơn Dương, Đức Trọng, Lạc Dương, Lâm Hà tổ chức phân công nhiệm vụ cho các phòng, ban, đơn vị thực hiện khảo sát, đánh giá và phối hợp với UBND thành phố Đà Lạt cấp giấy chứng nhận sử dụng nhãn hiệu cho các tổ chức, cá nhân tại địa phương; kiểm tra, đánh giá việc chấp hành quy định quản lý thương hiệu, kiểm soát chất lượng sản phẩm.

d) UBND thành phố Đà Lạt xây dựng và đưa vào hoạt động Trung tâm giao dịch hoa kết hợp hình thành điểm du lịch canh nông; chủ động xây dựng quy chế phối hợp với UBND các huyện: Đức Trọng, Đơn Dương, Lạc Dương, Lâm Hà trong việc cấp, quản lý, sử dụng nhãn hiệu cho các tổ chức, cá nhân có nhu cầu tại địa bàn các huyện lân cận; phối hợp UBND các huyện hỗ trợ các

doanh nghiệp, hợp tác xã, các đơn vị trong việc chuyên đổi nhãn hiệu chứng nhận “Rau Đà Lạt” và “Hoa Đà Lạt”,... sang sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

9. Hội Nông dân và các đoàn thể chính trị xã hội:

a) Tuyên truyền, vận động hội viên, đoàn viên, nông dân sản xuất, kinh doanh nông sản, du lịch canh nông; đăng ký, tham gia sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

b) Phối hợp với các Sở, ngành, địa phương, đơn vị tổ chức tuyên truyền kế hoạch phát triển và quảng bá thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

10. Các hội, hiệp hội, doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ nông dân và đơn vị liên quan:

a) Đăng ký sử dụng nhãn hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**” khi có nhu cầu sử dụng để quảng bá, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm rau, hoa, cà phê Arabica và phát triển du lịch canh nông.

b) Cùng với địa phương, các Sở, ban, ngành, phát triển và quảng bá thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

c) Đầu tư nâng cao năng lực sản xuất, nâng cao chất lượng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm các sản phẩm sử dụng thương hiệu, góp phần nâng cao chất lượng thương hiệu “**Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành**”.

(Phân công nhiệm vụ chi tiết tại Phụ lục 2 kèm theo)

Ủy ban nhân dân tỉnh đề nghị các Sở, ban, ngành, UBND các huyện, thành phố Đà Lạt và Bảo Lộc và đơn vị liên quan, căn cứ nội dung và nhiệm vụ được phân công triển khai thực hiện kịp thời, có hiệu quả kế hoạch này. Trong quá trình thực hiện nếu có nội dung phát sinh, vướng mắc, kịp thời báo cáo, đề xuất Ủy ban nhân dân tỉnh để xem xét giải quyết./.M/

Nơi nhận:

- Bộ Nông nghiệp và PTNT;
- TTTU, TTHĐND tỉnh;
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành, đoàn thể tại mục IV;
- UBND các huyện, Tp.Đà Lạt và Bảo Lộc;
- Đài PT-TH Lâm Đồng, Báo Lâm Đồng;
- Tổ chức JICA;
- LĐVP;
- Trung tâm Công báo tỉnh;
- Công Thông tin Điện tử tỉnh;
- Website VPUBND tỉnh;
- Lưu: VT, NN.

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**



Phạm S

**Phụ lục 1/ KINH PHÍ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG PHÁT TRIỂN VÀ QUẢNG BÁ
THƯƠNG HIỆU "ĐÀ LẠT - KẾT TÌNH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LÀNH" GIAI ĐOẠN 2017- 2020**
 (Ban hành kèm theo Kế hoạch số 547/KH-UBND ngày 08/08/2017 của UBND tỉnh Lâm Đồng)



ĐVT: 1.000 đồng

STT	NỘI DUNG THỰC HIỆN	KẾ HOẠCH KINH PHÍ				
		Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Tổng cộng
I	CÔNG TÁC QUẢN LÝ, KIỂM TRA GIÁM SÁT	110.000	465.000	535.000	440.000	1.550.000
1	Hỗ trợ công tác quản lý, hoạt động tư vấn kỹ thuật, quản lý thương hiệu; cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận, kiểm tra, giám sát việc sử dụng nhãn hiệu	110.000	465.000	535.000	440.000	1.550.000
II	TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG, QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU	1.009.000	3.036.000	3.205.000	2.585.000	9.835.000
1	Tổ chức hội nghị công bố nhãn hiệu, kết nối giao thương, hội nghị xúc tiến du lịch	90.000	135.000	80.000		305.000
2	Thực hiện truyền thông Clip "Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành" Phiên bản 2 phút 30 giây và phiên bản 60 giây	200.000	380.000	530.000	530.000	1.640.000
3	Truyền thông một chiều	43.000	1.211.000	935.000	485.000	2.674.000
4	Truyền thông hợp tác và các hình thức truyền thông khác	112.000	690.000	1.079.000	1.240.000	3.121.000
5	Xây dựng tập gấp, ấn phẩm, clip về nhãn hiệu Rau, Hoa, Cà phê Arabica và mô hình du lịch canh nông	163.000	418.000	230.000	230.000	1.041.000
6	Xây dựng cổng chào đối với mô hình du lịch canh nông "Tuyến điểm"	51.000	102.000	51.000		204.000
7	Xây dựng mô hình triển khai đồng thời truyền thông thương hiệu và kiểm soát chất lượng sản phẩm		100.000	200.000	100.000	400.000
8	Tổ chức đợt cao điểm về tuyên truyền, quảng bá nhãn hiệu "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành"	350.000		100.000		450.000
	Tổng cộng	1.119.000	3.501.000	3.740.000	3.025.000	11.385.000

**Phụ lục 2: PHẦN TỔNG NHIỆM VỤ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG PHÁT TRIỂN VÀ QUẢNG BÁ
THƯƠNG HIỆU "ĐÀ LẠT - KẾT TÌNH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LÀNH" GIAI ĐOẠN 2017-2020**

(Ban hành kèm theo Kế hoạch số 547/KH-UBND ngày 08/8/2017 của UBND tỉnh Lâm Đồng)



Số thứ tự	Nội dung	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Kết quả thực hiện	Thời gian thực hiện
I	QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (Lồng ghép)				
1	Quản lý chất lượng sản phẩm nông sản				
a	Xây dựng Chương trình quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm nông sản thương hiệu	Sở Nông nghiệp và PTNT	Sở Nông nghiệp và PTNT, Các sở, ngành, UBND các huyện, TP đơn vị liên quan	Chương trình	Năm 2017
b	Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho cán bộ quản lý, tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh về các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm, phát triển ổn định, bền vững	Sở Nông nghiệp và PTNT	Các sở, ngành, địa phương, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2020
c	Phát triển các chuỗi nông nghiệp bền vững, thực hiện kiểm soát chất lượng trong chuỗi và toàn bộ các sản phẩm nông sản sử dụng thương hiệu	Sở Nông nghiệp và PTNT	Sở Công Thương, Y tế, các sở, ngành, địa phương, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2020
d	Hiện đại hóa các khâu trong quy trình sản xuất đối với rau, hoa, cà phê Arabica	Sở Nông nghiệp và PTNT	Sở KH và CN, UBND các huyện, thành phố.	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2020
đ	Kiểm tra, giám sát quá trình sản xuất, kinh doanh nông sản; có biện pháp xử lý đối với sản phẩm không đạt chất lượng, có hành vi vi phạm pháp luật về an toàn vệ sinh thực phẩm	Sở Nông nghiệp và PTNT, Y tế	UBND thành phố, các huyện	Sản phẩm chất lượng, an toàn	Giai đoạn 2017-2020
e	Đầu tư nâng cấp Trung tâm Phân tích	Sở Khoa học & Công nghệ	Sở Tài chính, Sở Kế hoạch và Đầu tư	Phương án đầu tư nâng cấp	Quý III/2017
g	Tiếp tục triển khai nhân rộng mô hình Trung tâm sau thu hoạch, kết hợp thực hiện kiểm tra nhanh chất lượng sản phẩm nông sản cho các hộ nông dân tiêu kết và các đơn vị có nhu cầu.	Sở Công Thương, Ban Quản lý thương hiệu	Công ty Phong Thúy, Sở Nông nghiệp và PTNT	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2020
2	Nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch cảnh nông				
a	Hoàn thiện tiêu chí quy định tiêu chuẩn chất lượng du lịch cảnh nông đối với hai loại hình: "Một điểm dừng" và "Tuyến điểm".	Sở VHTTDL	Sở TTTT, Trung tâm XTDDTTM và DL, UBND: thành phố Đà Lạt, các huyện.	Kế hoạch công bố	Năm 2017

Số	Nội dung	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Kết quả thực hiện	Thời gian thực hiện
II	TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG, QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU				
1	Tổ chức hội nghị công bố nhãn hiệu kết hợp kết nối giao thương tại Tp Đà Lạt, Tp HCM và Hà Nội, các tỉnh, trong và ngoài nước.	Trung tâm xúc tiến ĐTTM và DL	Các sở: VHTT và DL, Công Thương, Thông tin và TT, Nông nghiệp và PTN; các đơn vị liên quan	Hội nghị	Giai đoạn 2017-2020
2	Thực hiện truyền thông clip “ Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành” phiên bản 2 phút 30 giây và phiên bản 60 giây	Trung tâm xúc tiến ĐTTM và DL	Sở Thông Tin truyền thông, Sở CT, NN và PTNT, KH và CN, Đài truyền hình, Báo, các địa phương, đơn vị liên quan	Kế hoạch, công tác tuyên thông	Thường xuyên từ 2017-2020
3	Triển khai các hình thức truyền thông: một chiều, tương tác, hợp tác				
a	Truyền thông trên truyền hình, báo chí; truyền thông trên màn hình và biển quảng cáo ngoài trời, tờ rơi, áp phích, phướn; truyền thông qua các chương trình, sự kiện, lễ hội: Festival Hoa, Lễ Hội Văn Hóa Trà...				
b	Truyền thông qua các chương trình, sự kiện, lễ hội: Festival Hoa, Lễ Hội Văn Hóa Trà...clip quảng cáo điện tử, cuộc thi ảnh trực tuyến, qua internet, mạng xã hội...				
c	Hợp tác với các trung tâm phân phối nông sản lớn, với đơn vị du lịch dịch vụ (khách sạn, phương tiện vận chuyển công cộng...), với chuỗi chương trình truyền hình (chương trình đối thoại chia sẻ thông tin kinh nghiệm sản xuất nông sản, quảng bá hình ảnh, sản phẩm nông sản Lâm Đồng trong các chương trình truyền hình...); trên các chuyến bay quốc tế và nội địa của các hãng hàng không; hợp tác với VTV-chuỗi chương trình truyền hình.	Trung tâm xúc tiến ĐTTM và DL	Sở: VHTT và DL, Thông tin và TT, Công Thương, Nông nghiệp và PTNT, Khoa học và CN; Đài truyền hình, Báo, các địa phương, đơn vị liên quan	Kế hoạch truyền thông	Thường xuyên từ năm 2017
4	Tổ chức gắn logo, nhãn bao bì đóng gói sản phẩm cho các doanh nghiệp hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ: rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch cảnh nông thôn địa bàn tỉnh Lâm Đồng; truyền thông, quảng bá nhãn hiệu.	UBND các huyện, TP	Sở Khoa học và công nghệ, NN và PTNT, VHTT và DL, CT, các đơn vị liên quan		Thường xuyên từ năm 2017
5	Quảng bá, xúc tiến thương mại				
a	Hỗ trợ phát triển thương mại điện tử, các giải pháp tiếp thị trực tuyến	Sở Công Thương	Các Sở: VHTTDL, Thông tin và TT, NN và PTNT; TTxDTTM và DL	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2020
b	Tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá thương hiệu trong và ngoài nước	Trung tâm XTDTTM và DL	Các sở: VHTTDL, CT, TTTT, NN và PTNT	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2021

Số	Nội dung	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Kết quả thực hiện	Thời gian thực hiện
III	TRUYỀN THÔNG, QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU DU LỊCH CANH NÔNG				
1	Xây dựng lộ trình truyền thông, quảng bá du lịch canh nông “Tuyến điểm” và “Một điểm dừng”	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, Trung tâm XTDTTM và DL, UBND: thành phố Đà Lạt, UBND các huyện	Kế hoạch truyền thông	2017
2	Xây dựng quy định quản lý và khai thác kinh doanh mô hình du lịch canh nông để đảm bảo quyền lợi cho các đơn vị kinh doanh, tổ chức và du khách tham gia chương trình du lịch canh nông		UBND thành phố Đà Lạt và các đơn vị liên quan		2017, 2018
3	Tổ chức hội nghị xúc tiến quảng bá du lịch canh nông		Các sở, ngành, đơn vị liên quan		2017, 2018
4	Thiết kế tập gấp, ấn phẩm, clip quảng cáo mô hình du lịch canh nông (sản phẩm, dịch vụ, sơ đồ, bản đồ các nhà vườn...).		Trung tâm xúc tiến DTTM và DL, các đơn vị liên quan	Ấn phẩm, clip quảng bá mô hình du lịch canh nông	2017, 2018
5	Xây dựng cổng chào đối với mô hình du lịch “Tuyến điểm” trên địa bàn thành phố Đà Lạt và các huyện: Lạc Dương, Đơn Dương		Trung tâm xúc tiến DTTM và DL, UBND thành phố Đà Lạt, huyện Lạc Dương, Đơn Dương	Cổng chào	2017, 2018, 2019
6	Xây dựng kế hoạch truyền thông hai loại hình du lịch canh nông: “Một điểm dừng” và “Tuyến điểm”; tổ chức đón các đoàn famtrip, presstrip (các hãng lữ hành, cơ quan thông tấn báo chí trong và ngoài nước) đến khảo sát các loại hình du lịch canh nông tại tỉnh Lâm Đồng		Sở TTTT, Trung tâm XTDTTM và DL, UBND: thành phố Đà Lạt, huyện Lâm Hà	Kế hoạch truyền thông; ấn phẩm, clip quảng bá mô hình du lịch canh nông	Giai đoạn 2017-2020
7	Tổ chức công bố các loại hình du lịch canh nông được công nhận; xây dựng quy định quản lý và khai thác hoạt động du lịch canh nông để đảm bảo quyền lợi của đơn vị tổ chức và du khách tham gia chương trình du lịch canh nông		Các sở, ngành, UBND thành phố, các huyện; đơn vị liên quan	Thường xuyên	Giai đoạn 2017-2020
8	Đón các đoàn khảo sát lữ hành, báo chí trong và ngoài nước đến khảo sát các mô hình du lịch canh nông tại tỉnh Lâm Đồng; các chương trình lễ hội, hội nghị, hội chợ trong và ngoài nước,..; các khu điểm du lịch, cơ sở lưu trú, công ty lữ hành trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.		Trung tâm xúc tiến DTTM và DL, Hiệp hội Du lịch và các đơn vị liên quan.	Đón các đoàn, tổ chức, tham gia các chương trình, sự kiện...	2017-2020

Số thứ tự	Nội dung	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Kết quả thực hiện	Thời gian thực hiện
IV	QUẢN LÝ THƯƠNG HIỆU				
1	Tham mưu thành lập Ban Quản lý thương hiệu cấp tỉnh	Sở Công Thương	Các sở, ngành, đơn vị liên quan	Ban Quản lý	Năm 2017
a	Xây dựng kế hoạch, định hướng phát triển thương hiệu, tổ chức làm việc các đối tác truyền thông quốc tế có thương hiệu...	Ban Quản lý thương hiệu	Các sở, ngành, địa phương, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Năm 2017-2020
b	Xây dựng Quy chế quản lý thương hiệu, thực hiện công tác hậu kiểm đối với việc chấp hành quy định của các tổ chức, cá nhân được cấp chứng nhận thương hiệu; công tác quản lý và phát triển thương hiệu	Ban Quản lý thương hiệu, Sở Công Thương	Các sở, ngành, địa phương, đơn vị liên quan	Quy chế	Quý II năm 2017
2	Đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với thương hiệu	Sở Khoa học và Công nghệ.	Các sở, ngành, đơn vị liên quan	Giấy chứng nhận nhãn hiệu	Năm 2017, 2018
3	Xây dựng các tiêu chí, quy chuẩn để đánh giá, xếp loại các sản phẩm nông sản, xem xét cấp quyền sử dụng thương hiệu	Sở Nông nghiệp và PTNT	Các sở, ngành, đơn vị liên quan	Bộ tiêu chí	Quý II năm 2017
4	Xây dựng các tiêu chí, quy chuẩn để đánh giá, xếp loại sản phẩm du lịch cảnh nông	Sở VHTTDL	Các sở, ngành, đơn vị liên quan	Bộ tiêu chí	Quý II năm 2017
5	Đánh giá và lựa chọn các tổ chức, cá nhân sản xuất tiêu biểu để cấp quyền sử dụng thương hiệu	UBND các huyện, Tp Đà Lạt	Các sở, ngành, đơn vị liên quan	Bộ tiêu chí	Năm 2017
6	Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc chuyển đổi nhãn hiệu chứng nhận “Rau Đà Lạt” và “Hoa Đà Lạt” sang sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành”	UBND thành phố Đà Lạt	Ban Quản lý thương hiệu cấp tỉnh, Sở KH và CN, UBND các huyện, các đơn vị liên quan		Giai đoạn 2017-2020