|  |  |
| --- | --- |
| **ỦY BAN NHÂN DÂN** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** |
| **THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG** | **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |
|  |
| Số: /TTr-UBND | *Đà Nẵng, ngày tháng năm 2023* |

**DỰ THẢO**

**TỜ TRÌNH**

**Đề nghị xây dựng Nghị quyết của Hội đồng nhân dân thành phố**

**quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng**

**của thành phố Đà Nẵng**

Kính gửi: Thường trực Hội đồng nhân dân thành phố Đà Nẵng

Căn cứ quy định của Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật, UBND thành phố kính trình Thường trực HĐND thành phố hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị quyết của HĐND thành phố quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng như sau:

**I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH NGHỊ QUYẾT**

Thực hiện Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến năm 2020 ban hành kèm theo Quyết định số 208/QĐ-TTg ngày 14/02/2011 của Thủ tướng Chính phủ, UBND thành phố Đà Nẵng đã ban hành Kế hoạch triển khai Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến năm 2020 *(Quyết định số 2809/QĐ-UBND ngày 06/5/2014, Quyết định số 1255/QĐ-UBND ngày 03/3/2015 ban hành Kế hoạch hoạt động ngoại giao văn hóa thành phố Đà Nẵng năm 2015)*. Để triển khai nhiệm vụ tại các Quyết định này, UBND thành phố đã ban hành Quy chế xét công nhận Sản phẩm thương mại mang tính đặc trưng (gọi tắt là SPTMĐT) của thành phố Đà Nẵng *(theo Quyết định số 6875/QĐ-UBND ngày 10/10/2016)* làm cơ sở xem xét, đánh giá và công nhận SPTMĐT của thành phố để giới thiệu với du khách khi đến thăm Đà Nẵng. Đây là quy định riêng có của thành phố nhằm công nhận, tôn vinh SPTMĐT, khuyến khích doanh nghiệp phát triển sản xuất, đa dạng hóa sản phẩm và hỗ trợ quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp; góp phần xây dựng và quảng bá hình ảnh của thành phố thông qua hình ảnh sản phẩm đặc trưng địa phương, thực hiện có hiệu quả hoạt động ngoại giao văn hóa, đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội thành phố một cách bền vững.

Để triển khai Quy chế xét công nhận SPTMĐT, UBND thành phố đã ban hành Quyết định số 6220/QĐ-UBND ngày 01/11/2017 về việc thành lập Hội đồng xét công nhận SPTMĐT; Chủ tịch Hội đồng xét công nhận SPTMĐT đã ban hành Thể lệ chấm điểm SPTMĐT theo Quyết định số 36/QĐ-HĐ ngày 03/4/2018; chỉ đạo Sở Công Thương phối hợp với các sở, ban, ngành, UBND các quận, huyện, các hội/hiệp hội doanh nghiệp thông tin rộng rãi việc tổ chức xét chọn SPTMĐT đến doanh nghiệp trên địa bàn thành phố; đồng thời, đăng tải thông tin trên website để doanh nghiệp, cơ sở biết, quan tâm tham gia; hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở hoàn thiện hồ sơ đăng ký xét chọn cũng như thông tin về các quyền lợi khi sản phẩm được công nhận là SPTMĐT.

Với việc chấm điểm, xét chọn công khai, minh bạch và đánh giá công tâm, khách quan của Hội đồng xét công nhận SPTMĐT qua 03 đợt triển khai *(các năm 2018, 2019 và 2020)* đã có 17 sản phẩm của 10 doanh nghiệp được công nhận là SPTMĐT[[1]](#footnote-1). Các sản phẩm đạt SPTMĐT của thành phố được cấp Giấy chứng nhận SPTMĐT có giá trị trong 5 năm; được sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” để gắn lên sản phẩm, bao bì của sản phẩm nhằm mục đích quảng bá; được hỗ trợ quảng bá thông tin, hình ảnh sản phẩm trên Cổng Thông tin điện tử thành phố, webiste các Sở: Sở Công Thương, Văn hóa và Thể thao, Du lịch, Ngoại vụ; các ấn phẩm xúc tiến đầu tư, thương mại, đặc san…, đặc biệt, được hỗ trợ cung cấp thông tin, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối giao thương trong nước và quốc tế.

Việc triển khai xét công nhận Sản phẩm đặc trưng đã đạt được một số kết quả tích cực song hiệu quả chưa cao, chưa thu hút được sự quan tâm của doanh nghiệp do bởi một số nguyên nhân như:

- Việc giới hạn mục tiêu xét công nhận SPTMĐT là nhằm tìm ra sản phẩm đặc trưng để giới thiệu cho khách du lịch (phục vụ mục tiêu phát triển ngoại giao văn hoá) mà chưa có tầm nhìn rộng hơn, định hướng cụ thể hơn để xây dựng sản phẩm tiêu biểu, thật sự có thế mạnh của thành phố và xây dựng nền tảng cho sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng. Do đó, các tiêu chí và điều kiện xét công nhận SPTMĐT *(theo Quyết định số 6875/QĐ-UBND) là* chưa đầy đủ, chưa toàn diện và chưa phù hợp với tình hình thực tế của doanh nghiệp thành phố.

- Quyền lợi của doanh nghiệp, cơ sở sản xuất có sản phẩm được công nhận là SPTMĐT chưa rõ ràng, thiết thực, chưa phong phú về hình thức hỗ trợ nên chưa đủ sức hấp dẫn đối với doanh nghiệp. Quyền lợi của các đơn vị này thời gian qua mới chỉ dừng ở việc được gắn nhãn hiệu “DANANG VALUE, hình” và quảng bá trên các website của một số sở, ban, ngành, báo, đài...và các ấn phẩm liên quan. Các hỗ trợ về ưu tiên vay vốn ưu đãi hầu như chưa thể tiếp cận do chưa có cơ chế chính sách cụ thể *(nhất là quy định mức hỗ trợ từ ngân sách nhà nước thuộc thẩm quyền ban hành VBQPPL của HĐND thành phố)*. Các nội dung hỗ trợ tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, giao thương trong nước và quốc tế.... mới chỉ là hoạt động cung cấp thông tin, mời tham gia các chương trình hoặc hỗ trợ giới thiệu, kết nối…

Trước thực trạng đó, việc ban hành Nghị quyết của HĐND thành phố quy định chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng vào thời điểm hiện nay là hết sức cần thiết vì các lý do sau:

(1) Việc xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng là phù hợp để triển khai các nội dung chỉ đạo tại Chương trình hành động số 08-CTr/TU ngày 23/4/2021 của Thành ủy Đà Nẵng về thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng gắn với thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu lần thứ XXII Đảng bộ thành phố *(Kế hoạch số 121/KH-UBND ngày 23/6/2021 của UBND thành phố về việc triển khai Chương trình hành động số 08-CTr/TU, trong đó có nhiệm vụ số 22, Mục II, Phụ lục đính kèm Kế hoạch “Tăng cường quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng của thành phố thông qua việc triển khai các chương trình xúc tiến thương mại”; Kế hoạch số 12/KH-UBND ngày 19/01/2022 về việc triển khai Chương trình hành động số 01-CTr/TU và Chương trình hành động số 08-CTr/TU của Thành ủy Đà Nẵng về thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng gắn với thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ XXII Đảng bộ thành phố, trong đó có nhiệm vụ số 3.2, Phụ lục I “Triển khai có hiệu quả các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp trong việc quảng bá, giới thiệu sản phẩm, thiết kế bao bì, xây dựng và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm chủ lực của thành phố...”).*

(2) Việc xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng là phù hợp với xu hướng hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam khi mà sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cả trong và ngoài nước này càng khốc liệt. Khuynh hướng xây dựng thương hiệu địa phương gắn với thế mạnh sản phẩm/ dịch vụ hoặc định hướng phát triển địa phương được các tỉnh, thành phố phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây *(chẳng hạn như thành phố Hồ Chí Minh với quyết tâm xây dựng thương hiệu sản phẩm có “bản sắc” (Sản phẩm bản sắc thành phố Hồ Chí Minh), tỉnh Khánh Hòa với Chương trình phát triển thương hiệu các sản phẩm đặc trưng của tỉnh giai đoạn 2016-2020 (Quyết định số 1667/QĐ-UBND ngày 13/6/2016),…)* đã cho thấy có sự chuyển biến trong nhận thức và hành động của các địa phương trong định hướng xây dựng thương hiệu sản phẩm gắn với định vị thành phố không chỉ tại thị trường trong nước mà còn vươn tầm quốc tế bởi thương hiệu không chỉ là thông điệp sản phẩm, hình ảnh của doanh nghiệp mà còn là hình ảnh của quốc gia, địa phương trong hội nhập. Muốn phát triển bền vững, có năng lực cạnh tranh tốt thì phải có thương hiệu uy tín trên thị trường. Do đó, việc xây dựng thương hiệu cho hàng hóa, giúp định vị, tăng khả năng cạnh tranh cho sản phẩm của địa phương đóng vai trò rất quan trọng và cấp thiết đối với mỗi địa phương.

(3) Việc xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng là phù hợp với yêu cầu thực tế của thành phố và nhu cầu phát triển của doanh nghiệp thành phố. Những năm qua, bên cạnh triển khai các chính sách từ Trung ương, thành phố Đà Nẵng cũng đã nghiên cứu, ban hành một số chính sách đặc thù nhằm định hướng, tạo động lực phát triển một số ngành, lĩnh vực; song chưa có chính sách cụ thể làm cơ sở định hướng phát triển sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng. Nhìn lại thực tế thành phố hiện nay, thật khó tìm ra những sản phẩm đặc trưng, có bản sắc hoặc có thế mạnh nổi trội, có thương hiệu riêng, đủ tầm để cạnh tranh ngay cả thị trường trong nước cũng như quốc tế bởi các doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn chủ yếu tập trung sản xuất hàng gia công, xuất khẩu, chưa chú trọng việc xây dựng sản phẩm mang thương hiệu riêng đem lại giá trị gia tăng cao hoặc còn bị giới hạn phát triển khi phải xây dựng thương hiệu đơn lẻ; trong khi đó, một số sản phẩm mang nét đặc trưng, bản sắc thì chủ yếu do các doanh nghiệp, cơ sở, hợp tác xã sản xuất với quy mô nhỏ lẻ, manh mún, chưa có năng lực cũng như định hướng tốt để phát triển thành những sản phẩm nổi trội, có thế mạnh. Do đó, chỉ dựa vào năng lực thực tế của doanh nghiệp mà không có định hướng và chính sách hỗ trợ từ chính quyền thành phố thì không thể xây dựng thương hiệu sản phẩm Đà Nẵng xứng tầm với tiềm năng, vị thế và định hướng về vai trò, vị trí của thành phố Đà Nẵng tại Nghị quyết số 43-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

*Tóm lại, chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng là chính sách đặc thù của mỗi địa phương, chưa có văn bản hướng dẫn từ Trung ương cũng như tiền lệ ở các địa phương. Việc nghiên cứu, xây dựng chính sách này sẽ có những khó khăn nhất định do hạn chế về cơ sở tham chiếu nhưng nhận thấy đây là nội dung quan trọng, mang tính định hướng, có tác động lớn đến cộng đồng doanh nghiệp và đặc biệt có sự hưởng ứng tích cực của doanh nghiệp thành phố (thông qua việc lấy ý kiến của các Hội, Hiệp hội doanh nghiệp cũng như ý kiến của doanh nghiệp tại các buổi làm việc thời gian qua). Với các chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố không chỉ khuyến khích doanh nghiệp tham gia xây dựng và phát triển SPĐT của thành phố, tạo động lực để doanh nghiệp cải tiến sản xuất, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao giá trị, uy tín của sản phẩm đáp ứng xu thế cạnh tranh trên thị trường; giúp doanh nghiệp quảng bá sản phẩm; góp phần xây dựng và quảng bá thương hiệu Đà Nẵng thông qua hàng hoá mang nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” (Thành phố đã được Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu “DANANG VALUE, hình” theo số 367846); góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội thành phố một cách bền vững.*

**II. MỤC ĐÍCH, QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG VĂN BẢN**

1. **Mục đích**

- Khuyến khích doanh nghiệp, cơ sở trên địa bàn thành phố đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

- Định hướng xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp thành phố; từng bước xây dựng sản phẩm chất lượng, uy tín gắn với thương hiệu Đà Nẵng, đáp ứng xu thế cạnh tranh trên thị trường, thúc đẩy xuất khẩu, mở rộng thị trường.

1. **Quan điểm xây dựng văn bản**

* Chính sách được xây dựng phải đổi mới, hướng đến các nhóm đối tượng cụ thể đó là các doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm được công nhận là sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng.
* Các nội dung hỗ trợ của chính sách mang tính đột phá, có hiệu quả thiết thực đối với doanh nghiệp nhưng phải đảm bảo phù hợp với quy định hiện hành của Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật và Luật ngân sách nhà nước.
* Tạo thuận lợi cho việc tiếp cận và thụ hưởng chính sách của các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

**III. PHẠM VI ĐIỀU CHỈNH, ĐỐI TƯỢNG ÁP DỤNG CỦA VĂN BẢN**

1. **Phạm vi điều chỉnh**

Nghị quyết này quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm được công nhận là Sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng nhằm thúc đẩy sản xuất, nâng cao hiệu quả thương mại của sản phẩm và quảng bá hình ảnh của thành phố tại thị trường trong nước và quốc tế thông qua sản phẩm đặc trưng của Đà Nẵng.

Các nội dung khác không quy định trong Nghị quyết này thì thực hiện theo các quy định pháp luật hiện hành có liên quan.

1. **Đối tượng áp dụng**

- Quy định này áp dụng đối với doanh nghiệp, cơ sở, hợp tác xã (sau đây gọi chung là doanh nghiệp) có trụ sở chính đóng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng; sản xuất sản phẩm được công nhận là sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng; có doanh thu từ hoạt động kinh doanh hàng hóa được sản xuất tại doanh nghiệp chiếm trên 70% tổng doanh thu của năm.

- Các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan đến việc tổ chức thực hiện quy định tại Quy định này.

**IV. MỤC TIÊU, NỘI DUNG CỦA CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH TRONG ĐỀ NGHỊ XÂY DỰNG VĂN BẢN**

1. **Mục tiêu và nội dung hỗ trợ**

**a) Chính sách 1: Hỗ trợ doanh nghiệp trong nước phát triển hạ tầng sản xuất**

**- Mục tiêu của chính sách:** Thúc đẩy doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng tích cực đầu tư, mở rộng sản xuất kinh doanh; nghiên cứu cải tiến công nghệ máy móc thiết bị, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm; hiệu quả sử dụng nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu; giảm thiểu ô nhiễm môi trường hoặc tạo ra sản phẩm mới…

**- Nội dung của chính sách:**

*+ Hỗ trợ 50% chi phí đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ, tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm đặc trưng; mỗi doanh nghiệp, cơ sở được hỗ trợ không quá một lần, trong đó tổng mức hỗ trợ cụ thể:*

++) Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm trên 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 5 tỷ đồng/doanh nghiệp.

++) Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ trên 30 tỷ đồng đến 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 3 tỷ đồng/doanh nghiệp.

++) Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ 1 tỷ đồng đến 30 tỷ đồng: Tổng mức hỗ trợ không quá 400 triệu đồng/doanh nghiệp.

*+ Hỗ trợ 50% chi phí thuê mặt bằng để thực hiện dự án đầu tư mới sản xuất sản phẩm đặc trưng tại các khu, cụm công nghiệp, khu công nghệ thông tin tập trung trong thời gian tối đa 02 năm với tổng mức hỗ trợ cụ thể như sau:*

++) Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm trên 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 500 triệu đồng/doanh nghiệp/năm.

++) Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ trên 30 tỷ đồng đến 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 300 triệu đồng/doanh nghiệp/năm.

++) Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ 1 tỷ đồng đến 30 tỷ đồng:Hỗ trợ không quá 50 triệu đồng/doanh nghiệp/năm.

**b) Chính sách 2: Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển Sản phẩm đặc trưng**

**- Mục tiêu của chính sách:**

Khuyến khích việc nghiên cứu cải tiến sản phẩm, góp phần tăng khả năng thích ứng, cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng, giúp thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

**- Nội dung của chính sách:**

*+ Hỗ trợ 100% chi phí tư vấn thiết kế mẫu mã, phát triển sản phẩm. Mức hỗ trợ không quá 50 triệu đồng/doanh nghiệp.*

*+ Hỗ trợ thiết kế, thay đổi bao bì sản phẩm lần đầu sau khi sản phẩm được công nhận là Sản phẩm đặc trưng và có sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” trên bao bì sản phẩm: Hỗ trợ 100% chi phí thiết kế, in ấn bao bì sản phẩm nhưng không quá 50 triệu đồng/doanh nghiệp.*

**c)** **Chính sách 3: Hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu, phát triển thị trường và quảng bá thương hiệu sản phẩm đặc trưng**

**- Mục tiêu của chính sách:**

+ Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá giới thiệu sản phẩm đặc trưng của thành phố ra thị trường nước ngoài thông qua các hoạt động như tham gia hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường, hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài.

+ Khuyến khích doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng tăng cường xây dựng và quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm; giới thiệu, cung cấp thông tin về năng lực của doanh nghiệp trên môi trường mạng để tăng cường cơ hội tìm kiếm khách hàng tiềm năng, thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới.

+ Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, đăng ký nhãn hiệu... giúp bảo vệ tài sản trí tuệ của doanh nghiệp, gia tăng khả năng cạnh tranh.

**- Nội dung của chính sách:**

*+ Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm tại các tỉnh, thành trong nước:* Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức đoàn tham gia hội chợ triển lãm ở trong nước (với tối thiểu 05 doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng tham gia) gồm các khoản chi phí: Thuê gian hàng và trang trí chung của khu vực thành phố Đà Nẵng; vận chuyển tư liệu, hàng hóa trưng bày chung của thành phố; công tác phí cho cán bộ thuộc đơn vị tổ chức (tối đa không quá 03 người); chi phí thuê gian hàng riêng (nếu có) của doanh nghiệp tham gia (không quá 02 gian hàng/doanh nghiệp); chi phí vận chuyển sản phẩm riêng (nếu có) của doanh nghiệp tham gia. Mức hỗ trợ không quá 20 triệu đồng/doanh nghiệp và không quá 02 lần tham gia/năm.

Trường hợp không đủ số lượng doanh nghiệp theo quy định để tổ chức đoàn tham gia thì hỗ trợ cho doanh nghiệp tự tham gia với các khoản chi hỗ trợ thuê gian hàng riêng và vận chuyển sản phẩm riêng theo quy định tại khoản này.

*+ Hỗ trợ doanh nghiệp trong nước tham gia hội chợ triển lãm tại nước ngoài:*

++) Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm tại nước ngoài (với quy mô tối thiểu 03 doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm đặc trưng tham gia) gồm: Thuê mặt bằng và thiết kế, dàn dựng gian hàng; trang trí chung của khu vực thành phố Đà Nẵng (bao gồm cả gian hàng nếu có); tổ chức hội thảo: Chi phí thuê hội trường, trang thiết bị, trang trí, âm thanh, ánh sáng, phiên dịch, an ninh, lễ tân, nước uống, tài liệu, diễn giả; trình diễn sản phẩm: Thuê địa điểm, thiết kế và trang trí sân khấu, âm thanh, ánh sáng, trang thiết bị, người trình diễn, người dẫn chương trình, phiên dịch; chi vận chuyển tư liệu, hàng hóa trưng bày chung của thành phố; công tác phí cho cán bộ của đơn vị tổ chức đoàn; các khoản chi liên quan khác (nếu có). Mức hỗ trợ tối đa với nội dung này là 150 triệu đồng/1 doanh nghiệp tham gia và không quá 02 lần tham gia/năm.

Trường hợp doanh nghiệp (tham gia theo đoàn hoặc tự tham gia riêng) có nhu cầu thuê gian hàng riêng thì hỗ trợ chi phí thuê tối đa 02 gian hàng tiêu chuẩn cho doanh nghiệp với mức hỗ trợ 100% chi phí và không quá 02 lần tham gia/năm, tối đa không quá 20 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Á; 30 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á; 40 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Trung Mỹ, Mỹ La Tinh.

++) Hỗ trợ 50% chi phí vé máy bay khứ hồi (01 chặng quốc tế) đối với doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm và không quá 02 lần tham gia/năm. Mức hỗ trợ tối đa không quá 10 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Á; 20 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á; 30 triệu đồng/doanh nghiệp tham gia tại khu vực Trung Mỹ, Mỹ La Tinh.

*+ Hỗ trợ doanh nghiệp trong nước khảo sát thị trường, tham gia Hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài:*

Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức khảo sát thị trường, tham gia Hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài (với quy mô tối thiểu 05 doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm đặc trưng tham gia) gồm: Công tác tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp; tổ chức hội thảo, giao thương: Hội trường, thiết bị, trang trí, khu trưng bày sản phẩm mẫu, phiên dịch, lễ tân, giải khát giữa giờ, tài liệu, thẻ tên, văn phòng phẩm; công tác phí cho cán bộ thuộc đơn vị tổ chức *(tối đa không quá 03 người)*; Các hoạt động tổ chức, quản lý của đơn vị chủ trì; chi phí đi lại *(bao gồm tiền vé máy bay khứ hồi, vé tàu, vé xe từ Việt Nam đến nước công tác và ngược lại, kể cả vé máy bay, vé tàu xe trong nội địa nước đến công tác)* cho 01 người/ doanh nghiệp tham gia đối với doanh nghiệp trong nước, 50% đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư ngước ngoài. Mức hỗ trợ tối đa không quá 40 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Á; 60 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á; 100 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Trung Mỹ, Mỹ La Tinh.

*+ Hỗ trợ phát triển hoạt động thương mại điện tử, xây dựng và quảng bá thương hiệu:*

++) Hỗ trợ tối đa 50% giá trị hợp đồng tư vấn đăng ký thành công tài khoản bán sản phẩm đặc trưng trên các sàn thương mại điện tử quốc tế nhưng không quá 100 triệu đồng/doanh nghiệp/năm và không quá 02 năm/doanh nghiệp.

++) Hỗ trợ tối đa 50% chi phí duy trì tài khoản bán sản phẩm đặc trưng trên các sàn thương mại điện tử trong nước và quốc tế nhưng không quá 50 triệu đồng/năm/doanh nghiệp và không quá 02 năm kể từ thời điểm doanh nghiệp đăng ký thành công tài khoản trên sàn thương mại điện tử.

++) Hỗ trợ 100% chi phí đăng ký Chứng nhận đạt tiêu chuẩn quốc tế đối với sản phẩm đặc trưng của thành phố. Mức hỗ trợ tối đa không quá 200 triệu đồng/doanh nghiệp.

++) Hỗ trợ 50% chi phí duy trì lần đầu đăng ký chứng nhận đạt tiêu chuẩn quốc tế đối với sản phẩm đặc trưng của thành phố. Mức hỗ trợ tối đa không quá 100 triệu đồng/doanh nghiệp.

++) Hỗ trợ 100% chi phí xây dựng và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu/ kiểu dáng công nghiệp/ độc quyền sáng chế đối với sản phẩm đặc trưng. Mức hỗ trợ tối đa là 35 triệu đồng/nhãn hiệu đăng ký ở trong nước, 70 triệu đồng/nhãn hiệu đăng ký ở nước ngoài nhưng không quá 05 sản phẩm/doanh nghiệp và tại 05 quốc gia.

++) Hỗ trợ 70% chi phí quảng bá, giới thiệu sản phẩm đặc trưng của doanh nghiệp trên các phương tiện thông tin đại chúng (Sản phẩm truyền thông phải có hình ảnh sản phẩm và nhãn hiệu chứng nhận ”DANANG VALUE, hình). Mức hỗ trợ tối đa là 50 triệu đồng/doanh nghiệp/năm để quảng bá ở trong nước, 70 triệu đồng/doanh nghiệp/năm để quảng bá ở nước ngoài; mỗi doanh nghiệp được hỗ trợ không quá 02 năm.

++) Hỗ trợ trưng bày, giới thiệu hàng hóa tại nước ngoài: Hỗ trợ 50% chi phí thuê gian hàng trưng bày, giới thiệu sản phẩm đặc trưng ở nước ngoài; mức hỗ trợ không quá 100 triệu đồng/năm/doanh nghiệp và không quá 02 năm/ doanh nghiệp.

*+ Được ưu tiên giới thiệu sản phẩm trên Cổng Thông tin điện tử thành phố, Sàn giao dịch thương mại điện tử Đà Nẵng, website các Sở, ban ngành có liên quan.*

**d)** **Chính sách 4: Chi cho công tác quản lý nhà nước về phát triển sản phẩm đặc trưng và chi khen thưởng Sản phẩm đặc trưng**

**- Mục tiêu của chính sách:** Làm cơ sở để triển khai các nhiệm vụ liên quan đến công tác quản lý, phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố bao gồm công tác tổ chức xét công nhận, công bố, quảng bá sản phẩm đặc trưng trên các phương tiện thông tin đại chúng...

**- Nội dung của chính sách:**

+ Chi công tác tổ chức thẩm định, xét công nhận, Lễ công bố Sản phẩm đặc trưng, hiện vật thưởng (giấy chứng nhận và khung, biểu trưng, hoa...); Chi công tác thẩm định hỗ trợ kinh phí doanh nghiệp có sản phẩm được công nhận là Sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng. Mức chi không quá 100 triệu đồng/năm.

+ Tiền thưởng cho sản phẩm đặc trưng là 15 triệu đồng/sản phẩm, kinh phí được trích từ Quỹ thi đua, khen thưởng thành phố Đà Nẵng.

+ Hỗ trợ 100% chi phí xây dựng các chương trình truyền hình, truyền thanh; xuất bản các bản tin, ấn phẩm, tờ rơi, tờ gấp; xây dựng dữ liệu, trang thông tin điện tử; các hình thức quảng bá sản phẩm đặc trưng của thành phố và nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” qua các tạp chí và phương tiện thông tin đại chúng khác ở trong nước và quốc tế. Mức chi thực hiện theo hình thức hợp đồng với đơn vị dịch vụ hoặc cơ quan thông tin đại chúng theo phương thức đấu thầu, trường hợp đặt hàng giao nhiệm vụ thực hiện theo đơn giá được cấp thẩm quyền phê duyệt. Tổng mức hỗ trợ không quá 200 triệu đồng/năm đối với hoạt động quảng bá trong nước và 300 triệu đồng/năm đối với hoạt động quảng bá ở nước ngoài.

**2. Giải pháp thực hiện chính sách**

- Căn cứ các nội dung quy định tại Nghị quyết này, UBND thành phố xây dựng và ban hành Chương trình hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng cho từng giai đoạn hoặc từng năm và tổ chức triển khai thực hiện hiệu quả các chính sách.

- Tổ chức công khai, tuyên truyền rộng rãi nội dung của Nghị quyết này trên các phương tiện thông tin, đại chúng đến các tổ chức, cá nhân có liên quan; đồng thời, nghiên cứu đề xuất đơn giản hóa tối đa các bước tiếp cận chính sách để doanh nghiệp có thể dễ dàng tham gia.

- Tổ chức sơ kết, tổng kết hoặc thực hiện báo cáo định kỳ tình hình triển khai và kết quả thực hiện làm cơ sở rà soát, đề xuất điều chỉnh chính sách phù hợp với tình thực tế, đem lại lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

**V. DỰ KIẾN NGUỒN LỰC, ĐIỀU KIỆN BẢO ĐẢM CHO VIỆC THI HÀNH VĂN BẢN SAU KHI ĐƯỢC THÔNG QUA**

1. Dự kiến tổng kinh phí cần thiết để đảm bảo thi hành Nghị quyết sau khi

được thông qua trung bình là 15 - 20 tỷ đồng/năm.

2. Nguồn kinh phí hỗ trợ từ nguồn ngân sách nhà nước để thực hiện chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng hàng năm.

**VI. THỜI GIAN DỰ KIẾN TRÌNH THÔNG QUA VĂN BẢN**

Thời gian dự kiến trình Hội đồng nhân dân thông qua Nghị quyết quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng: Tháng 06/2023.

Trên đây là Tờ trình đề nghị xây dựng Nghị quyết quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng, UBND thành phố Đà Nẵng kính trình Hội đồng nhân dân thành phố xem xét, quyết định./.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận:***  - Như trên;  - Ban pháp chế HĐND TP;  - Lưu: VT, SCT, KT. | **CHỦ TỊCH** |

***Tài liệu đính kèm Tờ trình gồm:***

*1. Đề cương Nghị quyết quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng;*

*2. Báo cáo đánh giá tác động của chính sách trong đề nghị xây dựng Nghị quyết quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng;*

*3. Báo cáo đánh giá thực trạng các vấn đề liên quan đến quy định hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố.*

1. Áo sơ mi nam casual meriman, Quần khaki lưng tangdor, quần tây lưng tangdor *(Tổng Công ty CP Dệt may Hòa Thọ)*; Mô hình Cầu Rồng *(Công ty TNHH MTV XNK mỹ nghệ Lê Quang Huy)*; Lót giày Hương Quế, Dép dưỡng sinh chất lượng cao Hương Quế *(Công ty TNHH Sản xuất chế biến kinh doanh XNK Hương Quế)*; Nước mắm Nam Ô - Hương Làng Cổ *(Công ty TNHH Mắm Hồng Hương)*, Bánh khô mè Bà Liễu mẹ *(Cơ sở sx bánh khô mè Bà Liễu mẹ)*, Mắm nhĩ Bình Minh *(HTX mắm Bình Minh)*, nhóm sản phẩm cà phê sạch MaYaCa *(Công ty TNHH MTV Cà phê MaYaCa)*; Tảo xoắn Spidana nguyên chất sấy lạnh *(HTX Công nghệ cao Mặt trời Việt)*, Bánh tráng Đại Cường *(Công ty TNHH TM&SX Đại Cường)*; Cao xoa bóp Bạch hổ Hoạt lạc cao, kem nghệ Bảo Phu Khang, Kem gừng Mẫu chi bảo, Bình xịt xua đuổi côn trùng Fly@way, Kem gót chân Bảo Linh *(Công ty TNNH Đông Nam Dược Bảo Linh)*. [↑](#footnote-ref-1)