



## **BÁO CÁO**

### **TỔNG KẾT HOẠT ĐỘNG NHIỆM KỲ I (2010-2013) VÀ PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ NHIỆM KỲ II (2014-2018)**

Thực hiện Đề án phát triển cà phê bền vững đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020 của tỉnh Đắk Lắk, UBND tỉnh cho phép thành lập Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột theo quyết định số 2018/QĐ-UBND ngày 11/8/2010 và Đại hội lần thứ nhất nhiệm kỳ I (2010-2013) của Hiệp hội đã diễn ra vào ngày 09/10/2010, đánh dấu một bước phát triển mới về tổ chức của ngành cà phê tỉnh nhà.

Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột là một tổ chức xã hội nghề nghiệp, phi lợi nhuận, tập hợp và đại diện cho các tác nhân trong chuỗi ngành hàng, các đơn vị dịch vụ liên quan cà phê thuộc các thành phần kinh tế hoạt động trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, được thành lập trên cơ sở tự nguyện nhằm phối hợp có hiệu quả, tạo ra mối liên kết mạnh trong tổ chức sản xuất và kinh doanh sản phẩm cà phê nhân mang Chỉ dẫn địa lý (CDDL) Buôn Ma Thuột và các loại cà phê có chứng nhận/xác nhận khác như 4C, Utz Certified, Rainforest Alliance, Fairtrade, ... đáp ứng nhu cầu mới của thị trường cà phê thế giới, qua đó nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa cũng như nâng cao tính bền vững cho ngành hàng cà phê của tỉnh Đắk Lắk là ngành hàng mang tính chiến lược trong phát triển kinh tế - xã hội nhưng phải thường xuyên đối diện với nhiều biến động, thách thức.

Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột ra đời và hoạt động trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang rơi vào thời kỳ suy thoái và hồi phục chậm, kinh tế Việt Nam phát triển chậm lại, tình hình khí hậu thời tiết diễn biến bất thường, ngành cà phê cũng chịu tác động mạnh, giá cả lên xuống khó lường. Tuy nhiên, được sự quan tâm chỉ đạo, giao nhiệm vụ cụ thể và tạo điều kiện thiết thực của UBND tỉnh, sự phối hợp của các ngành, các cấp, sự nỗ lực của toàn thể hội viên và Ban chấp hành, hoạt động của Hiệp hội trong nhiệm kỳ vừa qua nhìn chung đã đạt được những kết quả khả quan so với các nhiệm vụ đề ra trong nghị quyết Đại hội lần thứ nhất.

Báo cáo trình trước Đại hội gồm có 3 phần: khái quát về tình hình sản xuất, chế biến và kinh doanh cà phê trên địa bàn tỉnh qua 3 niên vụ từ 2010/11 đến 2012/13; kết quả hoạt động của Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột trong nhiệm kỳ I (2010 – 2013) và phương hướng, nhiệm vụ của Hiệp hội trong nhiệm kỳ II (2014 – 2018).

**PHẦN THỨ NHẤT**  
**KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN**  
**VÀ KINH DOANH CÀ PHÊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH**  
**QUA 3 NIÊN VỤ TỪ 2010/2011 ĐẾN 2012/2013**

**1. Tình hình sản xuất**

Theo các báo cáo tổng kết niên vụ, diện tích cà phê trong 3 niên vụ qua liên tục gia tăng, từ 190.765 ha trong niên vụ 2010/11 lên 202.022 ha cuối niên vụ 2012/13 (bảng 1) mặc dù diện tích quy hoạch chỉ khoảng 170.000 ha, cho thấy người dân vẫn tiếp tục coi cà phê là cây trồng hấp dẫn, mặt khác nhiều diện tích cà phê nằm ngoài quy hoạch chắc chắn sẽ có hiệu quả sản xuất thấp, chịu nhiều rủi ro nhất là trong tình hình biến đổi khí hậu, nguồn nước mùa khô ngày càng khan hiếm. Trong những niên vụ mùa khô kéo dài, thiếu nước tưới, năng suất cà phê giảm rõ rệt. Tình hình suy giảm năng suất hoặc xu thế năng suất cách năm còn cho thấy một khía cạnh khác đã được cảnh báo đó là hầu hết vườn cây đã qua thời kỳ sung sức (trên 15 năm tuổi), trong đó nhiều diện tích trên 20 năm tuổi năng suất thấp cần có những giải pháp kỹ thuật phục hồi hoặc tái canh. Qua nghiên cứu và đúc kết thực tiễn sản xuất, quy trình tạm thời tái canh cà phê đã được bộ NN & PTNT ban hành năm 2012, phải luân canh ít nhất 02 năm, và theo Quy trình của Công ty TNHH MTV Cà phê Thắng lợi, luân canh cải tạo đất lý tưởng nhất là 3 năm. Nhiều mô hình tái canh trong vài năm gần đây tỏ ra khá thành công về mặt kỹ thuật canh tác. Tuy nhiên tái canh vẫn còn đang là bài toán khó giải do ảnh hưởng lớn đến thu nhập và cuộc sống của người trồng cà phê. Cần có gói chính sách hỗ trợ tài chính hợp lý có tính dài hạn từ phía nhà nước. Đang có nhiều nghiên cứu ứng dụng nhằm phục hồi năng suất, kéo dài thời kỳ kinh doanh của vườn cây lớn tuổi rất có triển vọng thành công, đang được ngành nông nghiệp khuyến khích nhân rộng. Các ứng dụng công nghệ tưới tiết kiệm đang được thí điểm mô hình nhưng việc mở rộng quy mô áp dụng còn rất chậm do đầu tư ban đầu khá cao và chưa có biện pháp quản lý nguồn nước tưới.

**Bảng 1. Tình hình sản xuất cà phê tỉnh Đắk Lắk qua 3 niên vụ**

STT	Niên vụ	Diện tích (ha)	Diện tích cho thu hoạch (ha)	Sản lượng (tấn)	Năng suất bình quân (tạ/ha)
1	2010/11	190.765	177.890	399.098	22,4
2	2011/12	200.193	190.329	487.748	25,6
3	2012/13	202.022	189.091	412.182	21,8

(Nguồn: tổng hợp từ các báo cáo tổng kết niên vụ cà phê)

Nét tích cực nổi bật trong vài niên vụ gần đây là trên địa bàn tỉnh sản xuất cà phê bền vững có chứng nhận/xác nhận (4C, Utz Certified, Rainforest

Alliance, Fairtrade) gia tăng nhanh về quy mô diện tích và sản lượng, đặc biệt là cà phê xác nhận 4C, với quy mô chung của các loại hình chiếm khoảng 40% diện tích và 60% sản lượng cà phê toàn tỉnh. Sản xuất cà phê có chứng nhận/xác nhận góp phần đáng kể vào gia tăng thực hành nông nghiệp tốt, gia tăng hiệu quả đầu tư, giảm tác động tiêu cực lên môi trường và phân nào tăng thu nhập cho người sản xuất.

Cà phê chỉ dẫn địa lý (CDĐL) Buôn Ma thuật được sản xuất trên diện tích 15.086 ha với sản lượng hàng năm 46.621 tấn, mới chỉ chiếm 14% tổng diện tích nằm trong vùng địa danh. Quy mô này tương ứng với khả năng tổ chức sản xuất và đầu tư hệ thống kiểm soát, thương mại của những đơn vị được cấp quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý cũng như khả năng có thể kiểm soát của Hiệp hội.

## **2. Tình hình chế biến**

Nhìn chung hệ thống nhà xưởng, máy móc thiết bị ở các doanh nghiệp đã được hiện đại hóa trong những năm qua đủ đáp ứng cho chế biến, tái chế cà phê có chất lượng đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường xuất khẩu. Các hệ thống chế biến ướt, bán ướt tại Công ty TNHH MTV cà phê Thăng Lợi, Công Ty TNHH MTV cà phê Phước An, Công ty TNHH MTV cà phê Ea Pôk, Công ty TNHH MTV cà phê Buôn Hồ, Công ty TNHH MTV cà phê cao cao Tháng 10 và gần đây tại Hợp tác xã nông nghiệp dịch vụ công bằng Ea Kiết tiếp tục tạo ra giá trị gia tăng cao nhờ đáp ứng cà phê chất lượng cao cho một số khách hàng truyền thống, đặc biệt. Công ty TNHH MTV XNK 2/9 Đắc Lắc đã đầu tư hệ thống đánh bóng ướt. Những tiến bộ trong canh tác, thu hoạch, sơ chế, chế biến trong vài năm gần đây đã góp phần nâng cao chất lượng cà phê nhân xuất khẩu, cà phê hạng 1 chiếm tỉ trọng cao (45-60%) trong cơ cấu hàng xuất khẩu.

Tuy nhiên tình hình thu hoạch, sơ chế ở khu vực nông hộ chưa được nâng cao công nghệ khiến cho chất lượng cà phê nhân ít nhiều bị ảnh hưởng, nhất là vào những năm mưa kéo dài trong mùa thu hoạch. Chế biến ướt quy mô cụm hộ chưa được phát triển do liên kết nội bộ chưa chặt chẽ, chưa kết nối tốt với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Mặc dù có nhiều nỗ lực thu hút đầu tư nhưng đến nay trên địa bàn tỉnh chỉ có hai nhà máy chế cà phê hòa tan với tổng công suất thiết kế đến 2015 là 36.000 tấn, kế hoạch 2013 sản xuất 19.000 tấn, nhưng số lượng sản xuất, tiêu thụ thực tế đến nay chưa có số liệu chính thức.

## **3. Tình hình tiêu thụ, xuất khẩu cà phê nhân**

Trong 3 niên vụ vừa qua sản lượng xuất khẩu cũng như kim ngạch xuất khẩu của tỉnh có chiều hướng giảm và giảm rõ rệt trong niên vụ 2012/13 (Bảng 2). Số liệu thống kê không thể chính xác do hiện tượng mua bán lòng vòng, mua cao bán thấp, gian lận thương mại đã xảy ra từ nhiều năm và lộ diện rõ nhất trong năm 2013. Tình hình đã được chấn chỉnh nhưng số liệu không cho phép có nhận định xác đáng về tình hình xuất khẩu trong thời gian qua. Tuy nhiên tình hình giá cà phê liên tục giảm trong năm 2013 so với giá cùng kỳ các tháng của năm 2011 và 2012 chắc chắn có ảnh hưởng xấu đến kim ngạch xuất khẩu. Theo VICOFA giá xuất khẩu trung bình (FOB-HCM) giảm dần từ 2.176 USD/tấn

(2011) xuống 2.003 USD/tấn (2012) và còn 1.856 USD/tấn (2013). Tháng 11/2013 giá xuống thấp nhất trong vòng 4 năm chỉ còn 1.521 USD/tấn (FOB-HCM) và giá mua trên địa bàn tại thời điểm đó chỉ còn khoảng 29.500-30.700 VNĐ. Giá cà phê xuống thấp do dự báo cà phê Brazil được mùa lớn có thể thu hoạch lên tới 60 triệu bao trong niên vụ 2013/14. Giá cà phê hồi phục ít nhiều từ tháng 12/2013 và đầu quý I/2014. Đặc biệt tình hình khô hạn nghiêm trọng tại Brazil trong quý I/2014 có thể kéo sản lượng cà phê Brazil xuống còn 45-46 triệu bao giúp cho giá tăng nhanh chóng vượt ngưỡng 40.000 VNĐ/kg và hiện nay xấp xỉ mức giá này. Nhiều dự báo cho thấy trong vòng 2-3 niên vụ đến cung không đáp ứng đủ cầu và dự báo giá cà phê có nhiều tín hiệu lạc quan đối với người sản xuất cà phê chè lẫn cà phê vối.

**Bảng 2. Tình hình xuất khẩu cà phê nhân tỉnh Đắk Lắk qua 3 niên vụ**

STT	Niên vụ	Sản lượng xuất khẩu (tấn)	Kim ngạch xuất khẩu (1.000 USD)
1	2010/11	311.096	650.098
2	2011/12	298.181	621.570
3	2012/13	224.243	463.468

(Nguồn: tổng hợp từ các báo cáo tổng kết niên vụ cà phê)

Mặc dù chịu sự chi phối chung của tình hình giá cả trên thị trường, cà phê có chứng nhận và cà phê có chỉ dẫn địa lý vẫn luôn được trả giá chênh lệch cao hơn trung bình 40-50 USD/tấn. Tuy giá tăng thêm chỉ đủ trang trải cho tổ chức sản xuất, chứng nhận... nhưng qua đó doanh nghiệp có thể đáp ứng nhu cầu mới, đa dạng của thị trường quốc tế cũng như linh hoạt hơn trong kinh doanh.

Tuy nhiên, một khía cạnh cần lưu tâm để ngành cà phê địa phương cũng như của quốc gia cần có chiến lược thích hợp trong thời gian đến, đó là tiêu thụ các loại cà phê chứng nhận còn chiếm tỉ trọng thấp chừng 30-40% lượng sản xuất mặc dù có cam kết mua của hầu hết những tập đoàn kinh doanh cà phê lớn xuyên quốc gia.

Hoạt động xuất khẩu cà phê nhân vẫn tập trung vào một số doanh nghiệp lớn có truyền thống và tiềm lực, trong đó công ty TNHH MTV XNK 2/9 vẫn là nhà xuất khẩu cà phê nhân hàng đầu chiếm trên 40% sản lượng và kim ngạch xuất khẩu cà phê của toàn tỉnh. Việc xuất khẩu trực tiếp cho các nhà rang xay để có giá tốt được các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê ngày càng chú trọng, niên vụ 2012/13 xuất khẩu trực tiếp cho các nhà rang xay trên thế giới đạt 53.416 tấn với kim ngạch 110,77 triệu USD và giá cao hơn giá bình quân trên thị trường Luân Đôn khoảng 130-135 USD/tấn.

Ngoài các thị trường xuất khẩu truyền thống như EU, Mỹ, Nhật... các thị trường mới nổi như Nga, Trung Quốc, Hàn quốc, các quốc gia Đông Âu cũ cũng rất được chú trọng khai thác.

# **PHẦN THỨ HAI**

## **KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NHIỆM KỲ I (2010-2013)**

### **1. Ổn định tổ chức và phát triển hội viên**

Ban chấp hành (BCH) Hiệp hội nhiệm kỳ I gồm 15 thành viên (1 chủ tịch, 3 phó chủ tịch, 1 tổng thư ký và 10 Ủy viên); Ban kiểm tra gồm 5 thành viên. Sau đại hội đã thông qua Quy chế hoạt động của BCH, Quy chế làm việc của Ban kiểm tra, thành lập và xây dựng nội dung hoạt động của Ban sản xuất; Ban thị trường.

Tuy có một số khó khăn xuất phát từ hầu hết thành viên BCH là kiêm nhiệm, nhưng nhìn chung BCH đã tuân thủ quy chế hoạt động, thường trực BCH nhiệt tình, tích cực triển khai thành công các nhiệm vụ đề ra trong nhiệm kỳ.

Ban Kiểm tra bám sát quy chế làm việc, thực hiện khá tốt chức năng đặc thù khá mới mẻ và phức tạp đó là định kỳ kiểm tra nội bộ quy trình sản xuất, thu hoạch, chế biến và kinh doanh sản phẩm cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột đối với các đơn vị được cấp quyền sử dụng; Thẩm định hồ sơ, khảo sát thực địa tại doanh nghiệp và vùng nguyên liệu để đề xuất Sở KH&CN cấp quyền sử dụng CDĐL Buôn Ma Thuột đối với những đơn vị đủ điều kiện; Ngoài ra thực hiện chức năng kiểm tra thu chi tài chính của Hiệp hội, kiểm tra thực hiện các Nghị quyết của BCH.

Ban sản xuất và Ban thị trường mặc dù chưa hoạt động đều nhưng trong nhiệm kỳ đã chú trọng một số hoạt động thiết thực như mở rộng vùng nguyên liệu cho cà phê có CDĐL và các loại hình cà phê bền vững có chứng nhận khác, tham gia tích cực đề xuất ứng dụng các biện pháp kỹ thuật cũng như chính sách cho tái canh cà phê, ứng dụng chế biến ướt quy mô nông hộ, ứng dụng tưới tiết kiệm, từng bước đưa sản phẩm cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột vào kinh doanh thương mại, tham gia tích cực hội chợ, triển lãm, lễ hội.. tăng cường quảng bá tạo sự nhận biết cho khách hàng, đẩy mạnh thương mại cà phê có chứng nhận.

Về phát triển hội viên: tại Đại hội thành lập có 79 hội viên, trong đó 47 hội viên tập thể và 32 hội viên cá nhân. Sau 3 năm tích cực vận động phát triển, số hội viên đã tăng lên 127, trong đó 61 hội viên tập thể và 66 hội viên cá nhân. So với đầu nhiệm kỳ tăng 48 hội viên, vượt chỉ tiêu nghị quyết Đại hội lần thứ nhất đề ra (100 HV). Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu lớn trên địa bàn tỉnh ngay từ đầu đã gia nhập Hiệp hội và có những đóng góp tích cực cho các mặt hoạt động của Hiệp hội. Trong nhiệm kỳ chú trọng phát triển thêm hội viên là nông dân và tập thể nông dân, nhất là những Hợp tác xã sản xuất cà phê bền vững đạt kết quả tốt.

Được sự hỗ trợ đặc biệt từ UBND tỉnh và các Sở ngành có liên quan, Văn phòng Hiệp hội đã có cơ sở vật chất và nhân sự tạm đủ để duy trì hoạt động thường xuyên cũng như những nhiệm vụ phát sinh trong nhiệm kỳ.

## **2. Tập hợp, phản ánh ý kiến, bảo vệ quyền lợi hội viên, tham gia đề xuất chính sách.**

Là tổ chức mang tính đại diện, Hiệp hội luôn coi trọng việc tập hợp, phản ánh ý kiến của hội viên, trước hết là để nâng cao hiệu quả công việc và cao hơn là tham gia vào quá trình xây dựng quy hoạch, kế hoạch, chính sách liên quan phát triển ngành hàng cà phê. Thông qua các kênh thông tin và các cuộc họp thường kỳ, những đề xuất của hội viên luôn được phản ánh và kiến nghị giải quyết khá kịp thời thông qua các chính sách của Chính phủ như gia hạn thời gian vay vốn kinh doanh cà phê, tín dụng cho tái canh cà phê, bỏ thuế VAT đối với nông sản chưa qua chế biến sâu, tạm trữ cà phê trong thời kỳ giá thấp... Tất nhiên đề ra đòi được các chính sách như trên là sự kiên trì đấu tranh, vận động, thuyết phục qua nhiều kênh, nhiều diễn đàn khác nhau của cộng đồng cà phê, chính quyền địa phương, Hiệp hội doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng. Các chính sách liên quan phát triển cà phê của địa phương trong những năm gần đây thường có sự tham gia ý kiến của Hiệp hội cà phê BMT và được sự đồng thuận cao của cộng đồng cà phê tại địa phương.

## **3. Triển khai xác nhận đủ điều kiện được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng CDDL cà phê BMT**

Hiệp hội đã hướng dẫn các doanh nghiệp, tổ chức là hội viên của Hiệp hội xây dựng hệ thống quản lý nội bộ, lập hồ sơ đề nghị được cấp quyền sử dụng CDDL. Trong nhiệm kỳ qua đã có 11 doanh nghiệp lập hồ sơ đề nghị cấp quyền sử dụng CDDL cà phê BMT.

Trên cơ sở hồ sơ đăng ký của doanh nghiệp, Hiệp hội đã thành lập các đoàn thẩm định, tổ chức thẩm định hồ sơ, vùng nguyên liệu, hệ thống quản lý nội bộ, quy trình sản xuất, kho chứa, nhà máy chế biến. Sau khi có kết quả thẩm định Hiệp hội xác nhận đủ điều kiện đề nghị Sở khoa học & Công nghệ (được UBND tỉnh uỷ quyền) cấp quyền sử dụng CDDL cà phê BMT cho 10 doanh nghiệp là hội viên của Hiệp hội, với tổng diện tích là **15.086 ha**, sản lượng đăng ký hàng năm **46.621 tấn** (xem thêm Phụ lục 1).

## **4. Kiểm tra nội bộ**

Với chức năng quản lý nội bộ CDDL cà phê BMT, hàng năm Hiệp hội thành lập đoàn kiểm tra với thành phần chính là Ban kiểm tra. Các đơn vị được cấp quyền sử dụng CDDL được kiểm tra về Quy trình sản xuất, thu hoạch, chế biến và bảo quản sản phẩm; chất lượng sản phẩm và hệ thống truy nguyên nguồn gốc sản phẩm.

Kết quả kiểm tra hàng năm của Hiệp hội cho thấy các doanh nghiệp đã thực hiện khá tốt các nội dung kiểm tra.

Đối với doanh nghiệp, do đã nhiều năm tổ chức sản xuất kinh doanh các loại hình cà phê có chứng nhận và được đánh giá chứng nhận hàng năm nên hệ thống quản lý nội bộ ở doanh nghiệp khá hoàn chỉnh và vận hành khá tốt, đây cũng là thuận lợi rất cơ bản khi triển khai quản lý nội bộ cà phê có CDDL ở cấp doanh nghiệp.

## **5. Thương mại cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột**

Với chiến lược đúng đắn và kiên trì đàm phán với các nhà nhập khẩu, các nhà rang xay nước ngoài, từ năm 2012 Công ty TNHH MTV XNK 2/9 Đắk Lắk đã bước đầu đưa cà phê nhân có CDĐL Buôn Ma Thuột ra thị trường, đến hết tháng 4/2013 số lượng cà phê mang CDĐL Buôn Ma Thuột bán được trên **7.000 tấn**, chủ yếu bán trực tiếp cho những nhà rang xay ở các thị trường: Nhật Bản, Ukraina, Bosnia, Rumani, Bỉ, Đài Loan, Hồng Kông, Nga. Giá trị tăng thêm khoảng 40-60 USD/ tấn. Hệ thống nhận diện cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột (logo) được thể hiện trên hợp đồng mua bán và trên bao bì đựng sản phẩm. Hiện nay Công ty TNHH MTV cà phê Thắng Lợi đang tích cực đàm phán với khách hàng để được gắn logo cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột lên bao bì đựng sản phẩm và từng bước tìm kiếm giá trị gia tăng.

Tuy có thể thu được giá trị gia tăng nhưng thương mại cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột trên thị trường quốc tế chưa đạt số lượng đáng kể do phải cạnh tranh với các loại cà phê có chứng nhận vốn đã được các tập đoàn thương mại xuyên quốc gia cam kết mua, việc quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng, trên thị trường quốc tế còn nhỏ lẻ, thiếu những chiến dịch quy mô lớn, khách hàng chưa nhận biết rõ về cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột. Đây không phải là hiện tượng bất thường, cần có thời gian và chiến lược tiếp cận thị trường đúng đắn. Nên nhớ rằng với hơn 10 năm sản xuất và thương mại cà phê có chứng nhận ở Việt Nam trong điều kiện có cam kết mua mạnh mẽ của các tập đoàn thương mại, rang xay cà phê lớn trên thế giới nhưng lượng hàng bán được dưới dạng nhãn hiệu chứng nhận cũng chỉ xoay quanh con số 30-40%, trên toàn cầu chưa vượt qua con số 30%.

## **6. Tình hình tái canh cà phê**

Theo báo cáo của các thành viên doanh nghiệp của Hiệp hội, hiện nay diện tích cà phê có độ tuổi trên 25 năm ở các đơn vị chiếm tỉ trọng khá cao, năng suất thu hoạch chỉ đạt khoảng 2 tấn/ha cần phải sớm tái canh. Tính đến hết năm 2013 đã có khoảng 400 ha cà phê được tái canh. Kinh phí đầu tư cho tái canh 01 ha cà phê (trong 3 năm) bình quân từ 150 - 165 triệu đồng. Nguồn vốn tái canh dựa chủ yếu vào nguồn tín dụng tái canh cà phê.

## **7. Bảo vệ và bảo hộ thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột**

Sau khi Công ty tư vấn luật SHTT Bross & Partners phát hiện nhãn hiệu cà phê “Buôn Ma Thuột” được Cơ quan xem xét nhãn hiệu Trung Quốc cấp chứng nhận bảo hộ cho một Công ty có trụ sở tại Quảng Châu, Trung Quốc, UBND tỉnh Đắk Lắk đã ban hành công văn số 5062/UBND-TH, ngày 05/10/2011, Ủy quyền cho Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột - là tổ chức đại diện làm chủ đơn - khiếu kiện để đòi hủy bỏ nhãn hiệu đã được bảo hộ tại Trung Quốc đồng thời đứng tên đăng ký bảo hộ “Buon Ma Thuot Coffee” tại các thị trường lớn nhập khẩu cà phê từ Đắk Lắk. Hai quá trình này được tiến hành thông qua Văn phòng Luật sư Phạm và Liên danh. Giao dịch pháp lý ở nước ngoài cũng phải thông qua văn phòng luật ở nước sở tại.

### **+ Khiếu kiện đòi hủy bỏ bảo hộ nhãn hiệu “Buon Ma Thuot Coffee” tại Trung Quốc**

Với tài liệu và chứng cứ do Hiệp hội cà phê BMT cung cấp, hồ sơ khiếu kiện đã được nộp cho Phòng xét xử và xem xét lại nhãn hiệu, Cục sáng chế và nhãn hiệu, Bộ Công Thương Trung Quốc vào ngày 13/3/2012 với thời hiệu xem xét trong vòng 3 năm kể từ ngày nộp hồ sơ. Trong quá trình thụ lý vụ khiếu kiện của phía Trung Quốc, tài liệu yêu cầu bổ sung đã được Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột đáp ứng kịp thời.

Sau 02 năm nộp đơn yêu cầu hủy bỏ hiệu lực 02 nhãn hiệu “Buon Ma Thuot Coffee” do doanh nghiệp ở Trung Quốc đăng ký bảo hộ đã đạt được kết quả cụ thể như sau:

- Ngày 16/01/2014 Phòng xét xử và xem xét lại nhãn hiệu (TRAB) thuộc cơ quan quản lý nhà nước về Công nghiệp và Thương mại (SAIC) của nước Cộng Hòa Nhân Dân Trung Hoa đã ra hai phán quyết số SPZ/2013/110675 và số SPZ/2013/110669 hủy bỏ hiệu lực hai đăng ký nhãn hiệu “Buon Ma Thuot Coffee” ở Trung Quốc của Công ty Guangzhou Buon Ma Thuot Coffee Co. Ltd. Theo luật pháp Trung quốc, các bên có quyền khiếu kiện các phán quyết tại tòa án Trung gian sơ thẩm Bắc Kinh, trong vòng 30 ngày nếu không có đơn khiếu kiện thì các phán quyết trên sẽ có hiệu lực và được công bố.

- Trong thời hạn cho phép khiếu kiện Công ty Guangzhou Buon Ma Thuot Coffee Co. Ltd. đã không nộp đơn khiếu kiện. Vì vậy các phán quyết đã chính thức có hiệu lực. Hai đăng ký nhãn hiệu của Công ty Guangzhou Buon Ma Thuot Coffee Co. Ltd. chính thức bị hủy bỏ và được công bố trên công báo vào ngày 06/5/2014, kỳ 14, tổng số kỳ 1406, trang thứ 8894 và 8896.

Như vậy trong vòng chưa đầy 02 năm vụ việc khiếu kiện đã được giải quyết. Đây là kết quả đáng mừng và cũng là bài học kinh nghiệm cho tất cả chúng ta khi tham gia vào thị trường quốc tế, đó là không được chậm trễ trong việc bảo hộ tài sản trí tuệ tại những thị trường quan trọng cũng như tại các thị trường tiềm năng.

### **+ Đăng ký bảo hộ quốc tế**

Kể từ ngày 23/02/2012 hồ sơ đăng ký bảo hộ nhãn hiệu theo hệ thống Madrid đã được nộp tại Văn phòng Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) ở Thụy Sĩ. Hồ sơ đơn sau đó cũng lần lượt được nộp tại các quốc gia không theo hệ thống Madrid. Thương hiệu “Buon Ma Thuot Coffee” đã được đăng ký xin bảo hộ tại 17 quốc gia là những thị trường nhập khẩu chính cà phê Buôn Ma Thuột, dưới các hình thức bảo hộ khác nhau như sau (tùy theo hệ thống luật SHTT của từng quốc gia):

- Nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận theo hệ thống Madrid với các nước thành viên bao gồm: Pháp, Mỹ, Thụy Sĩ, Trung Quốc, Đức, Tây Ban Nha, Vương Quốc Anh, Nhật Bản, Ý, Singapore, Hàn Quốc và vùng lãnh thổ Benelux (Bỉ, Hà Lan, Luxembua).

- Nhãn hiệu chứng nhận tại Canada.



- Tên gọi xuất xứ hàng hoá tại Nga.

- Chỉ dẫn địa lý tại Thái Lan.

Sau hơn 02 năm, đến nay kết quả cụ thể như sau:

- Có 5/17 quốc gia đồng ý bảo hộ nhãn hiệu “Buon Ma Thuot Coffee” gồm: Đức, Tây Ban Nha và vùng lãnh thổ Benelux (Bỉ, Hà Lan và Luxembua);

- Đang theo đuổi nộp đơn phản đối thư tạm thời từ chối bảo hộ ở các nước: Canada, Trung Quốc, Nga và Singapore.

- Đang chờ xử lý đơn (từ sau khi nộp đơn đến nay vẫn chưa có phản hồi) ở các nước: Pháp, Ý và Thái lan.

Riêng các nước: Mỹ, Nhật Bản, Anh, Hàn quốc và Thụy Sĩ từ chối bảo hộ với lý do gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu đã có trước tại các quốc gia này hoặc nhãn hiệu không có khả năng phân biệt cà phê thuộc nhóm 30. Do tiến trình theo đuổi các vụ việc trên đây rất phức tạp và sẽ phải tốn nhiều nguồn lực, Hiệp hội đã báo cáo UBND tỉnh tạm thời dừng theo đuổi đơn tại các quốc gia này, tìm hiểu thêm sự việc, xin ý kiến tư vấn để có những đối sách phù hợp.

Quá trình tiếp tục theo đuổi đơn ở 7 quốc gia còn lại cũng sẽ là một quá trình hứa hẹn nhiều thử thách, cần có sự chung sức của các thành viên Hiệp hội cũng như sự tiếp tục hỗ trợ của các cấp chính quyền. Trong thời gian qua hoạt động bảo vệ và bảo hộ thương hiệu được cấp kinh phí từ UBND tỉnh Đắk Lắk, hỗ trợ của Hiệp hội cà phê cao Việt nam và Tập đoàn cà phê Trung nguyên.

Qua việc đăng ký bảo hộ ở nước ngoài, phát hiện thêm thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột đã bị một số doanh nghiệp ở Mỹ và Canada đăng ký bảo hộ từ cách đây trên chục năm khi chúng ta chưa hề nghĩ tới việc bảo hộ tài sản trí tuệ của địa phương. Một lần nữa đây là bài học nhắc nhở chúng ta phải nhận thức sâu sắc hơn sự cần thiết, tầm quan trọng cũng như có hành động kịp thời trong việc bảo hộ, bảo vệ tài sản trí tuệ, nhất là các tài sản chung của cộng đồng như chỉ dẫn địa lý, không chỉ của cà phê mà của cả những nông sản có tiềm năng xuất khẩu khác.

## **8. Hoạt động thông tin, quảng bá**

Sau Đại hội lần thứ I, Hiệp hội đã tập trung cho hoạt động thông tin, quảng bá về CDĐL Buôn Ma Thuột dưới nhiều hình thức như:

Xây dựng trang thông tin điện tử: sau hơn một năm đi vào hoạt động, đến cuối năm 2013 trang thông tin điện tử của Hiệp hội đã được Bộ Thông tin & Truyền thông chính thức cấp phép hoạt động. Ngoài những thông tin chung giới thiệu Hiệp hội, các tin, bài thường xuyên được cập nhật, phản ánh khá đầy đủ các hoạt động của Hiệp hội và các thành viên, về thị trường cà phê trong và ngoài nước, tình hình ứng dụng khoa học công nghệ trong ngành. Đặc biệt hệ thống các Báo cáo niên vụ và các bài viết chuyên sâu về cà phê được độc giả rất quan tâm. Qua nhiều nguồn hỗ trợ đã dựng 03 pano quảng bá trên quốc lộ 14 và quốc lộ 27; Biên soạn và phát hành hàng ngàn tờ rơi giới thiệu về CDĐL cà phê Buôn Ma Thuột.

Việc tham gia các lễ hội, hội chợ được Hiệp hội đặc biệt chú ý. Qua 02 kỳ Lễ hội cà phê BMT vào 2011 và 2013, ngoài gian hàng riêng từng doanh nghiệp, gian hàng chung trưng bày sản phẩm của những doanh nghiệp được cấp quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý đã tạo hiệu ứng quảng bá khá đậm nét. Chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột cũng đã xuất hiện tại các chợ công nghệ thiết bị Quảng Nam, Dak Nông. Công ty TNHH MTV cà phê 15 năm 2011 đã giới thiệu cà phê CDDL BMT tại thị trường Campuchia. Mẫu sản phẩm cà phê BMT được Hiệp hội giới thiệu trưng bày tại Thái Lan. Các thành viên Hiệp hội còn tham gia một số sự kiện quảng bá, xúc tiến thương mại khác ở trong và ngoài nước.

Trong Hội nghị Hội ngộ Kỷ lục gia lần thứ 27, Cà phê Buôn Ma Thuột đã được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam công nhận vào top 50 đặc sản quà tặng Việt Nam và Tổ chức Kỷ lục Châu Á đưa vào top 100 đặc sản quà tặng nổi tiếng Châu Á.

Nhìn chung các hoạt động quảng bá trong nước đã được chú trọng, nhưng còn thiếu những chiến dịch quảng bá, hoạt động khảo sát thị trường, xúc tiến thương mại ở ngoài nước. Với nguồn lực hiện nay Hiệp hội cũng như các thành viên chưa thể làm tốt mặt hoạt động mang tính quốc tế và mang tính chuyên nghiệp cao nếu như không có nguồn kinh phí từ quỹ phát triển ngành hàng.

## **9. Tập huấn, đào tạo**

Trong suốt 3 năm của nhiệm kỳ, hoạt động tập huấn đào tạo rất được chú trọng nhằm nâng cao năng lực cho người sản xuất, doanh nghiệp, cán bộ làm công tác trong Hiệp hội ngành hàng.

Hiệp hội đã tranh thủ nhiều nguồn hỗ trợ từ các dự án của các bộ, ngành, các dự án phát triển cà phê bền vững, đề tài khoa học cấp tỉnh ... phối hợp tổ chức hàng chục cuộc hội thảo, các lớp tập huấn cho các đối tượng sản xuất, kinh doanh trong vùng địa danh với các chủ đề xoay quanh sản xuất, thương mại cà phê nói chung, cà phê có chỉ dẫn địa lý và cà phê có chứng nhận nói riêng với trên 1.000 lượt người tham gia. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hiểu biết, khai thác thông tin, thực hành về tổ chức sản xuất, thương mại cà phê có chứng nhận được nâng lên rõ rệt, góp phần đẩy mạnh hiệu quả sản xuất, kinh doanh cà phê có chứng nhận trên địa bàn tỉnh. Các doanh nghiệp cũng được giới thiệu tiếp cận các nguồn vốn tài trợ, vốn vay thông qua các hội thảo giới thiệu nguồn vốn và phương pháp xây dựng dự án.

Ngoài ra Hiệp hội còn cử cán bộ thuộc Văn phòng Hiệp hội tham gia nhiều hội thảo, các lớp đào tạo tập huấn, nhằm nâng cao năng lực nói chung cũng như nhằm đào tạo nhân lực có khả năng phục vụ lâu dài cho công tác của Hiệp hội.

Các thành viên doanh nghiệp của Hiệp hội còn đầu tư kinh phí tổ chức hàng chục lớp tập huấn về quy trình sản xuất, thu hoạch, chế biến, hệ thống quản lý nội bộ, giới thiệu công nghệ chế biến ướt cụm nông hộ, qua đó củng cố, mở rộng vùng nguyên liệu sản xuất cà phê có chỉ dẫn địa lý, cà phê có chứng nhận, giúp cho sản xuất, thương mại cà phê có chứng nhận trong những năm gần đây được đẩy mạnh, có tiến bộ rõ nét.

## **10. Quan hệ trong nước và quốc tế**

Tuy mới được thành lập, cơ sở vật chất và nguồn nhân lực còn hạn chế, nhưng trong nhiệm kỳ qua Hiệp hội đã tiếp và làm việc với nhiều đoàn công tác trong nước và ngoài nước đến tìm hiểu, trao đổi thông tin, kinh nghiệm, hợp tác về sản xuất, kinh doanh cà phê nói chung, về CDĐL cà phê BMT và cà phê có chứng nhận nói riêng. Các Hội viên Hiệp hội luôn tạo các điều kiện thuận lợi nhất cho việc khảo sát thực địa của các đoàn. Có thể kể phái đoàn của Liên minh Châu Âu (EU) do Đại sứ EU tại Việt Nam làm trưởng đoàn, tổ chức Tài Chính Quốc tế (IPC) là thành viên của Ngân hàng Thế giới, Trung tâm Thương mại quốc tế, Tập đoàn Nestlé, Hiệp hội cà phê Lào, Cục Sở hữu trí tuệ Lào, Cục Sở hữu trí tuệ Thái Lan, Tổng cục Tiêu chuẩn-Đo lường-Chất lượng, Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam, Viện chính sách và chiến lược của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương...và nhiều đoàn nghiên cứu, làm việc khác của trung ương và địa phương. Hiệp hội cũng được mời tham gia đoàn khảo sát Chỉ dẫn địa lý tại Thái Lan trong chương trình xem xét bảo hộ CDĐL lẫn nhau giữa Việt Nam và Thái Lan.

Hiệp hội cũng là một đầu mối thông tin hữu ích, kịp thời cho các kênh thông tấn, báo chí trung ương, địa phương về những vấn đề có liên quan sản xuất, kinh doanh cà phê trên địa bàn tỉnh, nhất là những thông tin liên quan thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột và cà phê bền vững.

## **11. Thu chi tài chính của Hiệp hội**

Trong giai đoạn còn non trẻ, hoạt động của Hiệp hội còn phụ thuộc nhiều vào nguồn ngân sách tỉnh cấp cho các hoạt động thường xuyên của Văn phòng Hiệp hội cũng như chi phí phát sinh cho bảo vệ và bảo hộ thương hiệu. Nguồn hội phí chưa đáng kể do mức đóng hội phí theo quy định còn khá thấp, không thu hội phí hội viên cá nhân, hội viên là các tổ chức tập thể của nông dân. Bên cạnh nguồn sách, trong việc bảo vệ và bảo hộ thương hiệu Hiệp hội rất trân trọng sự đóng góp hỗ trợ tài chính quý báu từ Hiệp hội cà phê – ca cao Việt Nam, Tập đoàn cà phê Trung Nguyên. Ngoài hội phí, một số hội viên doanh nghiệp của Hiệp hội còn hỗ trợ thêm tài chính và vật chất cho các hoạt động quảng bá, họp BCH, sơ, tổng kết hàng năm, tổ chức đại hội, quan hệ đối ngoại...

Việc chi tiêu tài chính của Hiệp hội tuân thủ những quy định hiện hành trong chi tiêu nguồn ngân sách và theo quy chế chi tiêu nội bộ, bảo đảm công khai, minh bạch và được sự kiểm tra, kiểm soát của Sở Tài Chính, Kho bạc Nhà nước và Ban kiểm tra của Hiệp hội.

(Chi tiết thu chi tài chính xin xem tại Phụ lục 2)

## **12. Đánh giá chung**

Trong nhiệm kỳ vừa qua, mặc dù mới thành lập trong bối cảnh kinh tế - xã hội chung của tỉnh cũng như hoạt động của các doanh nghiệp và người sản xuất cà phê còn phải đương đầu với nhiều khó khăn thách thức, nhưng dưới sự chỉ đạo, hỗ trợ và giao nhiệm vụ của UBND tỉnh, sự phối hợp và tạo điều kiện của các Sở, Ban, Ngành liên quan, sự đoàn kết, nhiệt tình của Ban chấp hành và toàn

thể Hội viên, Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuật đã triển khai và hoàn thành khá tốt các nhiệm vụ đề ra trong nhiệm kỳ cũng như một số nhiệm vụ phát sinh.

Các kết quả chủ yếu đã nêu trong báo cáo cho thấy Hiệp hội cà phê BMT là mô hình hoạt động của một Hiệp hội ngành hàng ở địa phương, thực hiện những nhiệm vụ rất cụ thể và mới mẻ, liên quan mật thiết và nhiều mặt với việc xây dựng thương hiệu gắn với các chuỗi sản phẩm đa dạng nhằm đáp ứng các nhu cầu mới trên thị trường trong nước và quốc tế, do đó công tác tổ chức, tuyển chọn nguồn nhân lực, sự huy động đóng góp nguồn lực cần phải được đặc biệt coi trọng.

Mặc dù có nhiều nỗ lực, cố gắng, hoạt động của Hiệp hội trong nhiệm kỳ vừa qua cũng gặp không ít khó khăn, còn một số hạn chế, tồn tại chủ yếu như sau:

- Thường trực và BCH Hiệp hội hầu hết là nhân sự kiêm nhiệm, hoạt động chưa đều tay theo nhiệm vụ phân công ở các Ban. Một số thành viên BCH ít hiện diện ở các cuộc họp thường kỳ. Văn phòng Hiệp hội hoạt động khá hiệu quả nhưng cần phải tăng cường tính chuyên nghiệp, khả năng nắm bắt xử lý thông tin, điều phối tốt các hoạt động thường xuyên cũng như các hoạt động phát sinh.

- Việc tập hợp, trao đổi thông tin, phản ánh kịp thời tình hình, đề xuất của hội viên còn hạn chế.

- Chưa hình thành được các tổ chức thành viên.

- Hoạt động tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến thương mại ở thị trường ngoài nước còn yếu.

- Kinh phí hoạt động còn phụ thuộc nhiều vào ngân sách.

## **PHẦN THỨ BA**

### **PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ NHIỆM KỲ II (2014-2018)**

Trong những năm đến nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Đàm phán Hiệp định thương mại xuyên Thái Bình Dương dự kiến kết thúc vào cuối năm 2014, mở ra cơ hội cũng như thách thức mới trong thương mại, nhất là đối với các mặt hàng nông sản, trong đó có cà phê. Các cuộc đàm phán về Hiệp định thương mại tự do FTA với EU, khu vực liên minh hải quan Liên bang Nga, Belarus, Kazastan dự kiến sẽ kết thúc trong vòng 1-2 năm đến, riêng Hiệp định FTA với EU có liên quan đến bảo hộ Chỉ dẫn địa lý là cơ hội mới để Chỉ dẫn địa lý Cà phê BMT được bảo hộ trên toàn bộ các quốc gia thuộc lãnh thổ EU. Tuy kinh tế thế giới hồi phục chậm nhưng tiêu thụ cà phê vẫn tăng đều ở mức 2 - 2,2%/năm, tăng trưởng mạnh ở những thị trường mới nổi. Xu hướng gia tăng tiêu dùng cà phê chất lượng cao, cà phê có chứng nhận, có chỉ dẫn địa lý tiếp tục được duy trì.

Mặt khác, ngành cà phê toàn cầu cũng như của Việt nam tiếp tục có những diễn biến bất thường, chịu tác động mạnh của biến đổi khí hậu, hạn hán, sâu bệnh hại xảy ra nhiều nơi, nhất là ở Brazil và Trung Mỹ, nguồn cung có thể

thiếu hụt trong vài năm đến, diễn biến giá cả có thể có lợi cho người sản xuất nhưng vườn cây khó đạt năng suất cao và chi phí sản xuất gia tăng. Biến đổi khí hậu và vườn cây già cỗi suy giảm năng suất là hai mối quan ngại lớn cần có những giải pháp phù hợp đối với ngành cà phê Việt Nam trong nhiều năm tới để thực hiện thành công những chỉ tiêu quy hoạch, kế hoạch.

Ngành cà phê tỉnh Đắk Lắk đang tiếp tục triển khai chương trình phát triển cà phê bền vững đến năm 2020 nhằm nâng cao sản lượng, chất lượng, giá trị gia tăng, kim ngạch xuất khẩu trong bối cảnh thuận lợi, khó khăn đan xen như đã nêu trên.

Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột đề ra phương hướng chung và một số nhiệm vụ trọng tâm trong nhiệm kỳ II như sau:

### **1. Phương hướng chung**

Tiếp tục củng cố, phát triển tổ chức, thực hiện tốt vai trò tập hợp, cầu nối giữa các hội viên với các tổ chức công tư có liên quan để nâng cao năng lực đề xuất chính sách, phát triển sản xuất, thương mại cà phê có CDĐL Buôn Ma Thuột, các loại cà phê bền vững có chứng nhận góp phần thực hiện có kết quả chương trình phát triển cà phê bền vững đến năm 2020 của tỉnh Đắk Lắk.

### **2. Nhiệm vụ trọng tâm**

- Tiếp tục phát triển hội viên, chú ý các hội viên sản xuất là những tổ chức tập thể có liên kết với doanh nghiệp sản xuất các loại hình cà phê có chứng nhận, các thành viên doanh nghiệp rang xay, chế biến sâu, hội viên liên kết. Phối hợp với các cơ quan hữu quan, xúc tiến vận động, tiến tới thành lập các tổ chức thành viên trực thuộc Hiệp hội như Hội người sản xuất cà phê, Hội các nhà rang xay, Trung tâm dịch vụ tư vấn....

- Củng cố hệ thống thông tin, kịp thời nắm bắt, phản ánh tình hình sản xuất, kinh doanh, tình hình thị trường trong và ngoài nước; những khó khăn, nguyện vọng, đề xuất của hội viên. Qua đó Hiệp hội có đủ thông tin tham gia tích cực vào quá trình góp ý xây dựng các đề án, kế hoạch, quy hoạch, chính sách liên quan ngành cà phê.

- Thiết lập quan hệ với các chương trình cà phê bền vững có chứng nhận, ngoài việc nắm bắt thông tin kịp thời, còn là để phối hợp xây dựng các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp và người sản xuất, tạo diễn đàn chia sẻ thông tin, góp phần đề xuất các giải pháp bền vững cho sản xuất, tiêu thụ cà phê có chứng nhận, tránh tình trạng tranh chấp vùng nguyên liệu, sản xuất thừa quá nhiều so với nhu cầu thị trường, chênh lệch giá không đáng kể.

- Củng cố hệ thống quản lý nội bộ cho cà phê có Chỉ dẫn địa lý ở cấp Doanh nghiệp cũng như cấp Hiệp hội, đặc biệt là hệ thống quản lý chất lượng và truy xuất nguồn gốc. Đề nghị các tổ chức nhà nước có liên quan quản lý chất lượng cấp chứng nhận chất lượng hàng năm cho cà phê có chỉ dẫn địa lý. Thử áp dụng hình thức thanh tra và chứng nhận của bên thứ ba độc lập. Mở rộng vùng nguyên liệu sản xuất cà phê có chỉ dẫn địa lý, cấp quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý phù hợp với năng lực quản lý và khả năng tiêu thụ.

- Được sự ủy quyền của UBND tỉnh, Hiệp hội thực hiện vai trò chủ đơn đăng ký bảo hộ CDDL cà phê BMT ở EU. Được sự hỗ trợ của dự án EU-MUTRAP III và chuyên gia tư vấn, Cục SHTT Việt Nam, Hiệp hội đang thiết lập, bổ sung hồ sơ theo mẫu yêu cầu, từng bước hoàn chỉnh và theo đuổi vụ việc dự kiến sẽ kéo dài ít nhất 3 năm. Tiếp tục theo đuổi đăng ký thương hiệu ở các nước ngoài EU. Quá trình này rất cần sự hợp tác tích cực của hội viên, sự hỗ trợ từ phía nhà nước.

- Thiết lập những tổ chức, xây dựng quy định, quy trình sử dụng và kiểm tra, kiểm soát để khai thác sử dụng CDDL cà phê BMT trên các sản phẩm cà phê chế biến sâu như cà phê rang xay, cà phê hòa tan...

- Tiếp tục các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại. Ngoài tham gia quảng bá ở các sự kiện mang tính văn hóa-thương mại được tổ chức trong nước như Lễ hội cà phê, Tuần lễ cà phê..., phần đầu tổ chức một số hoạt động khảo sát, thâm nhập thị trường ở nước ngoài, nhất là tại các thị trường mới nổi, tăng cường bán hàng trực tiếp cho các nhà rang xay.

- Về đào tạo, tập huấn: thông qua sự hỗ trợ từ nhiều nguồn khác nhau, Hiệp hội cố gắng đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, tập huấn nhằm vào hai nhóm đối tượng chính là người sản xuất và doanh nghiệp. Nội dung tập huấn cho đối tượng người sản xuất tập trung vào sản xuất cà phê có chỉ dẫn địa lý, cà phê có chứng nhận, quy trình tái canh. Nhóm đối tượng doanh nghiệp là kỹ năng quản lý doanh, kinh doanh, quản trị rủi ro.

- Duy trì quan hệ tích cực với Hiệp hội cà phê - ca cao Việt Nam, Ban điều phối ngành hàng cà phê, tham gia đề xuất chính sách liên quan tín dụng, quỹ phát triển ngành hàng, xúc tiến thương mại, đầu tư, tái canh...

- Tranh thủ mọi nguồn lực, thực hiện tốt các hoạt động quan hệ trong nước và quốc tế, nâng cao vai trò, vị thế của Hiệp hội.

Thực hiện tốt các nhiệm vụ trọng tâm nêu trên là góp phần tích cực vào chương trình phát triển cà phê bền vững của tỉnh cũng như chiến lược phát triển cà phê bền vững của quốc gia.

Trên đây là báo cáo tổng kết hoạt động nhiệm kỳ I (2010- 2013) và phương hướng nhiệm vụ nhiệm kỳ II (2014-2019) của Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuột trình trước Đại hội.

**TM. BAN CHẤP HÀNH  
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC**

**Trịnh Đức Minh  
(Đã ký)**