**Kinh nghiệm tuyên truyền, xây dựng thương hiệu và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm Ocop**

*Tham luận của* ***Báo Bắc Kạn***

*Kính thưa các quý vị đại biểu!*

*Kính thưa Hội thảo!*

Với chủ đề Hội thảo báo Đảng các tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc lần thứ 29, năm 2024 **“Báo Đảng tuyên truyền cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế”**, qua đó quảng bá hình ảnh, tiềm năng phát triển KT-XH của tỉnh với giới báo chí trong khu vực và toàn quốc nhằm góp phần thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế của địa phương.

Tại Hội thảo lần này, Báo Bắc Kạn vinh dự được trình bày những kinh nghiệm tuyên truyền xây dựng thương hiệu và xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm OCOP trên Báo Bắc Kạn.

*Kính thưa Hội thảo!*

Bắc Kạn là địa phương có nhiều tiềm năng, lợi thế về các sản phẩm nông nghiệp, ngành nghề và du lịch nông thôn gắn với điều kiện sản xuất, văn hóa truyền thống để phát triển Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP).

Sau 5 năm triển khai, chương trình mỗi xã một sản phẩm đã mang lại nguồn lợi về kinh tế, thu nhập bền vững cho người dân nông thôn tỉnh Bắc Kạn; đồng thời góp phần chuyển dịch nền sản xuất nông nghiệp theo hướng hàng hóa, trở thành nguồn nội lực quan trọng trong phong trào xây dựng nông thôn mới (NTM). Đến nay Bắc Kạn có 218 sản phẩm OCOP. Cụ thể có các sản phẩm tiêu biểu như: Miến dong Tài Hoan (đạt OCOP 5 sao cấp quốc gia); rượu men lá Thanh Tâm, Bằng Phúc; trà Shan tuyết Ngọc Thắng; tinh bột nghệ nếp đỏ, nếp đen Bắc Kạn; tinh nghệ Bắc Kạn; trà hoa vàng Bắc Kạn; bánh gio Bắc Kạn (OCOP 4 sao); trà bí thơm Ba Bể, gạo Nhật Japonica, hồng không hạt, bún khô Bắc Kạn (OCOP 3 sao)... Bắc Kạn hiện là một trong những tỉnh có số lượng sản phẩm OCOP nhiều nhất trong toàn quốc, đa số đều là các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng, có thế mạnh của các địa phương. Để các sản phẩm đến tay người tiêu dùng, các chủ thể đầu tư thiết kế bao bì, nhãn mác, đồng thời có đầy đủ các thông tin cần thiết của sản phẩm, mã QR, mã vạch... bảo đảm các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, nhờ đó sản phẩm OCOP Bắc Kạn đã được đông đảo người tiêu dùng trong và ngoài nước ưa chuộng.

Góp phần vào kết quả đạt được, trong những năm qua, Báo Bắc Kạn đã đẩy mạnh tuyên truyền về chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về quá trình xây dựng, phát triển Chương trình OCOP; quảng bá đậm nét về các dịch vụ, sản phẩm đặc hữu và sản phẩm OCOP của các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh đến với bạn bè trong nước và quốc tế. Phổ biến các mô hình, cách làm hay của tổ chức, cá nhân trong xây dựng và phát triển sản phẩm OCOP. Thông qua các hoạt động tuyên truyền đã góp phần giới thiệu những sản phẩm, dịch vụ, giúp các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh phát triển hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Theo số liệu thống kê trong 5 năm, Báo Bắc Kạn đã tuyên truyền được khoảng 2.500 tin, bài, video, ảnh... trên báo in, báo điện tử, với nội dung tuyên truyền về chủ trương, cơ chế, chính sách của Đảng, Nhà nước và của tỉnh hỗ trợ chủ thể khi tham gia Chương trình OCOP. Tôn vinh gương điển hình tiên tiến và mô hình sản xuất tiêu biểu trong tổ chức sản xuất, những cách làm hay, sáng tạo trong thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh. Truyền thông quảng bá, giới thiệu về các sản phẩm OCOP hằng năm được cấp chứng nhận nhằm mục tiêu đưa sản phẩm đến gần hơn với người tiêu dùng, mở rộng thị trường đầu ra cho sản phẩm OCOP.

Về hình thức thực hiện, Báo Bắc Kạn đã kiên trì tuyên truyền Chương trình OCOP tạo thành các vệt đậm nét; thực hiện các tác phẩm dài kỳ phản ánh đa dạng, nhiều chiều với tin, bài tiêu biểu như: Dịch vụ hái dâu tây tại vườn thu hút khách tới tham quan, trải nghiệm; Cơ hội cho nông sản Bắc Kạn vươn ra "biển lớn"; Trồng cây chanh bông tím cho quả quanh năm; Pác Nặm tập trung phát triển các sản phẩm OCOP; Ngân Sơn: Phát triển vườn cây ăn trái gắn với du lịch trải nghiệm; Bảo tồn chè Shan tuyết cổ thụ gắn với du lịch trải nghiệm; Đưa sản phẩm bán trên sàn thương mại điện tử dễ hay khó? Để sản phẩm đạt các tiêu chí OCOP; Đồng hành cùng hội viên xây dựng sản phẩm OCOP; Bảo tồn cây chè Shan tuyết cổ thụ;... Qua đó khẳng định vai trò của cơ quan Báo Bắc Kạn trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp nói chung và sản phẩm OCOP nói riêng.

Đáp ứng công tác tuyên truyền Chương trình OCOP trong giai đoạn hiện nay, Báo Bắc Kạn thường xuyên đổi mới hình thức, nội dung hấp dẫn, chú trọng sản xuất các loại hình đa phương tiện, đẩy mạnh chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, góp phần giúp bạn đọc, các hợp tác xã, chủ thể, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất... nhận thức rõ hơn về vai trò, trách nhiệm của từng đơn vị, cá nhân về quảng bá sản phẩm đến với người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh và cả nước nói chung.

Qua công tác tuyên truyền trên Báo Bắc Kạn đã góp phần quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng thông thái lựa chọn các sản phẩm OCOP, nông sản đặc hữu của địa phương, giúp doanh nghiệp, hợp tác xã quảng bá hình ảnh sản phẩm lan tỏa rộng rãi đến với nhân dân. Bên cạnh đó, Báo Bắc Kạn đã phối hợp với các doanh nghiệp, hợp tác xã ký kết hợp đồng tuyên truyền nhằm quảng bá sản phẩm, hoạt động sản xuất, xúc tiến thương mại các sản phẩm của đơn vị.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi, trong quá trình triển khai, Báo Bắc Kạn còn gặp một số khó khăn do nhận thức của người dân và doanh nghiệp trong công tác phối hợp quảng bá hình ảnh chưa đồng đều. Khách hàng chưa có thói quen tìm hiểu sản phẩm qua kênh báo chí.

*Kính thưa Hội thảo!*

Nhằm thực hiện có hiệu quả hơn nữa công tác tuyên truyền xây dựng thương hiệu và xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm OCOP, tại hội thảo lần này, Báo Bắc Kạn xin đưa ra một số giải pháp như sau:

**Một là,** cần có kế hoạch phối hợp liên kết với các báo Đảng trong khu vực và toàn quốc, để các báo Đảng có thể đăng tải tin, bài, hình ảnh sản phẩm, các sản phẩm OCOP, nông sản mang tính đặc trưng của vùng miền trên các ấn phẩm, loại hình báo chí.

**Hai là,** báo Đảng địa phương phối hợp với các doanh nghiệp, HTX trên địa bàn và trong khu khu vực để có những chương trình truyền thông hiệu quả.

**Ba là,** các báo Đảng cần phối hợp với các đơn vị như: Sở Công Thương, Trung tâm xúc tiến thương mại tại địa phương để ký kết tuyên truyền về Chương trình OCOP, đẩy mạnh hình thức tuyên truyền quảng bá tại các hội chợ triển lãm, quảng bá xúc tiến thương mại tại các địa phương đăng cai tổ chức.

**Bốn là,** nâng cao hơn nữa hình thức và nội dung tuyên truyền nhằm thu hút độc giả; mở các chuyên mục trên báo điện tử về các sản phẩm OCOP của từng vùng để bạn đọc hoặc khách hàng muốn tìm kiếm sản phẩm sẽ dễ dàng, tiện ích hơn.

**Năm là,** khai thác nguồn lực quảng bá sản phẩm OCOP tại các doanh nghiệp, HTX tại địa phương và khu vực để tăng nguồn thu cho đơn vị.

Trên đây là tham luận của Báo Bắc Kạn, kính chúc Hội thảo thành công tốt đẹp!./.