

# **Nghị viện Châu Âu nghiên cứu việc triển khai “Hộ chiếu sản phẩm kỹ thuật số trong ngành dệt may”**

Nghị viện châu Âu gần đây đã công bố một nghiên cứu mang tên "Hộ chiếu sản phẩm kỹ thuật số cho ngành dệt may". Nghiên cứu này chỉ ra rằng hộ chiếu sản phẩm kỹ thuật số (DPP) của châu Âu có thể cải thiện khả năng truy xuất nguồn gốc, tính tuần hoàn và minh bạch trong ngành dệt may. Điều này rất quan trọng vì DPP sẽ trở thành yêu cầu bắt buộc, thông qua một quy định trong tương lai liên quan đến thiết kế sinh thái của các sản phẩm dệt may, nhằm đăng ký, xử lý và chia sẻ thông tin liên quan đến sản phẩm giữa các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng, các cơ quan quản lý (bao gồm cả các cơ quan hải quan của EU đối với hàng nhập khẩu) và người tiêu dùng.

Nghiên cứu này tập trung vào việc giới thiệu DPP trong chiến lược dệt may bền vững và tuần hoàn của Liên minh châu Âu. Nó đánh giá tiềm năng, nhu cầu, lợi ích và thách thức của việc triển khai DPP cho tất cả các bên liên quan trong chuỗi giá trị của ngành dệt may châu Âu. Theo nghiên cứu, DPP có thể mang lại lợi ích cho tất cả các tác nhân trong chuỗi giá trị phức tạp này, bao gồm các nhà sản xuất, các cấp trong chuỗi cung ứng, cơ quan quản lý, đơn vị phân loại, tái chế và người tiêu dùng.

Báo cáo của Nghị viện châu Âu, được công bố vào mùa hè vừa qua, nêu chi tiết hiệu quả tiềm năng của DPP trong việc tăng cường khả năng truy xuất nguồn gốc, tính tuần hoàn và minh bạch suốt vòng đời của sản phẩm thời trang. Mục tiêu là DPP sẽ thúc đẩy sự bền vững và kéo dài tuổi thọ của các sản phẩm dệt may. Để tạo ra một mô hình DPP chung tiềm năng phù hợp với ngành dệt may, các nhà nghiên cứu đã dựa vào dữ liệu từ nhiều nguồn, cung cấp hiểu biết sâu sắc về những phức tạp liên quan đến việc phát triển một DPP hiệu quả cho ngành dệt may.

Báo cáo cũng liệt kê 11 mục tiêu và đóng góp tiềm năng của DPP, bao gồm:

- + Cung cấp thông tin cho người tiêu dùng và doanh nghiệp
- + Quản lý các chỉ số bền vững
- + Thúc đẩy tính tuần hoàn
- + Giám sát thị trường
- + Theo dõi sau bán hàng
- + Tuân thủ quy định
- + Xác thực sản phẩm, và quản lý sản phẩm khi kết thúc vòng đời.

Báo cáo cũng xác định 8 nhóm đối tượng có thể quan tâm hoặc hưởng lợi từ việc sử dụng DPP, bao gồm: các công ty trong chuỗi cung ứng, nhà bán lẻ, thương hiệu, cơ quan quản lý, công ty chứng nhận và đánh giá, truyền thông, người tiêu dùng, và các đơn vị điều hành hệ thống lưu thông.

Đồng thời, báo cáo xác định 16 hạng mục thông tin có thể được chứa trong DPP, quan trọng trong việc xây dựng DPP: mô tả sản phẩm, chuỗi cung ứng, vận chuyển, thành phần, tác động môi trường, tài liệu, tác động xã hội, tác động sức khỏe, tác động đến động vật, tính tuần hoàn, thông tin về thương hiệu, mức độ chi tiết, số lượng, thông tin liên lạc/nhận dạng, chi phí, theo dõi và truy xuất sau bán hàng, và phản hồi từ khách hàng.

Sau khi tiến hành nghiên cứu nói trên, các tác giả của báo cáo đã phát triển phiên bản ban đầu của một DPP chung, được cấu trúc xung quanh vòng đời của sản phẩm. Để xây dựng mô hình này, báo cáo đã thu thập phản hồi thông qua một cuộc khảo sát gồm 10 câu hỏi, được hoàn thành bởi 81 bên liên quan và chuyên gia trong ngành dệt may từ gần 20 quốc gia châu Âu.

Phản hồi cho thấy hầu hết các thông tin liên quan đến các vấn đề chuỗi cung ứng và các hạng mục sản phẩm hoàn chỉnh nên được đưa vào DPP. Tuy nhiên, vẫn có sự không chắc chắn về việc có nên đưa chi tiết về các công ty chuyển đổi và vận chuyển vào hay không. Phần lớn người tham gia khảo sát đồng ý rằng thông tin về chi phí không nên là một phần của DPP. Trong khi đó, có những ý kiến khác nhau về việc có nên đưa dữ liệu cho giai đoạn phân phối hay không, và có sự đồng thuận rằng thông tin nhận dạng khách hàng nên được loại trừ trong giai đoạn sử dụng.

Theo kết quả khảo sát, báo cáo đề xuất một kế hoạch triển khai DPP theo ba giai đoạn.

**Giai đoạn 1** bao gồm việc triển khai DPP tối thiểu và đơn giản hóa, chỉ chứa thông tin bắt buộc và bất kỳ dữ liệu nào khác hữu ích cho việc phân tích vòng đời, dự kiến sẽ có hiệu lực vào năm 2027.

**Giai đoạn 2** liên quan đến việc triển khai một DPP nâng cao, có thể dần mở rộng cho các bên liên quan khác với lượng thông tin lớn hơn được thu thập trong suốt vòng đời sản phẩm. Giai đoạn này dự kiến diễn ra vào năm 2030 và sẽ được điều chỉnh dựa trên kết quả từ giai đoạn đầu tiên cũng như các thử nghiệm tiếp theo.

**Giai đoạn 3** kết thúc kế hoạch bằng việc triển khai một DPP hoàn chỉnh, bao gồm tất cả các thông tin cần thiết và thúc đẩy tính tuần hoàn hoàn toàn trong ngành dệt may, dự kiến thực hiện vào năm 2033.

Báo cáo kết luận rằng DPP cần được phát triển như một công tiêu chuẩn, sử dụng các cơ sở dữ liệu, cơ sở hạ tầng dữ liệu, tiêu chuẩn dữ liệu và các biện pháp tốt nhất hiện có để chia sẻ dữ liệu nhằm ngăn ngừa trùng lặp và giảm thiểu khối lượng công việc hành chính không cần thiết.

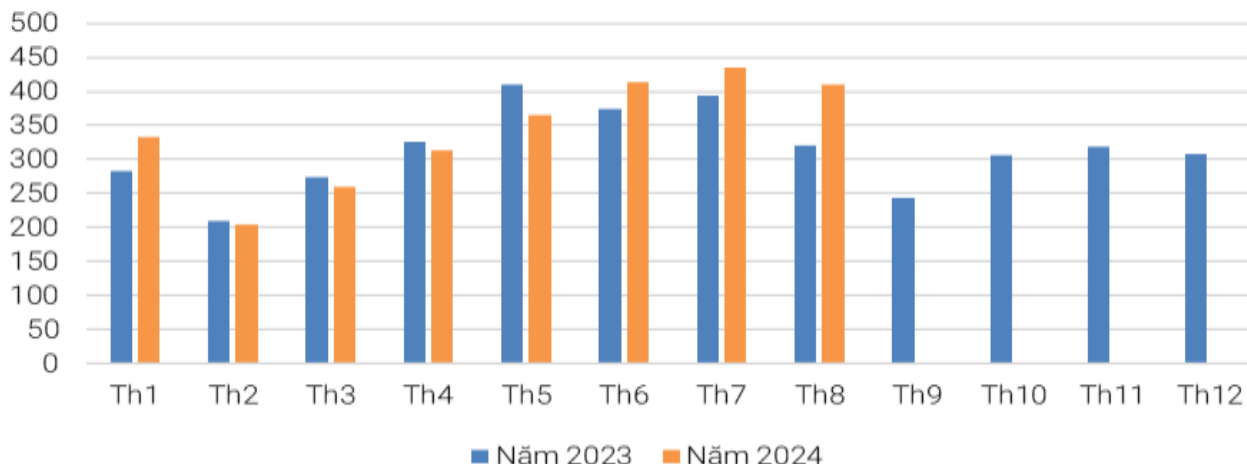
Các thương nhân cần lưu ý rằng một khi DPP cho sản phẩm dệt may trở thành bắt buộc ở châu Âu, nghiên cứu này kêu gọi quần áo sản xuất bên ngoài EU phải tuân theo các tiêu chuẩn DPP giống như những sản phẩm được sản xuất trong EU. Nghiên cứu chỉ rõ rằng điều này sẽ giúp duy trì sự cạnh tranh công bằng giữa các thương hiệu.

Ngoài ra, nghiên cứu lập luận rằng DPP có thể đóng vai trò là một biện pháp bảo vệ cho công dân EU trước các phương thức sản xuất dệt may không bền vững, đặc biệt là tăng cường sử dụng hóa chất được coi là an toàn cho môi trường địa phương và người tiêu dùng. Do đó, một khi DPP trở thành bắt buộc đối với các sản phẩm dệt may sản xuất trong hoặc nhập khẩu từ ngoài châu Âu, dự kiến chúng sẽ phải trải qua quá trình xác minh DPP và thử nghiệm trong phòng thí nghiệm. Điều này nhằm xác nhận rằng chúng không chứa các chất độc hại và được sản xuất bởi các công ty được chứng nhận không tham gia vào lao động nô lệ hoặc sử dụng hóa chất nguy hiểm.

## **Châu Âu - thị trường quan trọng với ngành dệt may Việt Nam**

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, EU là thị trường xuất khẩu hàng dệt may lớn thứ hai của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2024 chỉ sau Mỹ, với kim ngạch đạt 2,75 tỷ USD, tăng 6,27% so với cùng kỳ năm 2023.

**Kim ngạch xuất khẩu dệt may sang thị trường EU qua các tháng năm 2023-2024**  
(ĐVT: triệu USD)

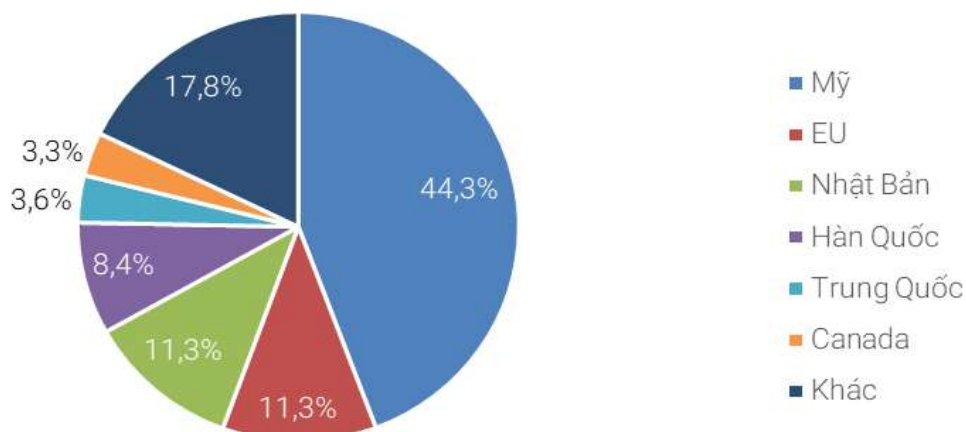


Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Xét về thị phần, EU hiện đóng góp 11,3% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành dệt may Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2024.

Trước đó, xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang EU năm 2023 này đạt 4,1 tỷ USD, chiếm 11,5% trong tổng xuất khẩu của ngành. Dù kim ngạch năm 2023 giảm khá nhưng thị phần lại tăng so với các năm trước đó. Điều này cho thấy nhu cầu tiêu thụ trong năm 2023 giảm chung trên toàn cầu nhưng xuất khẩu dệt may của Việt Nam vẫn có vị thế và tăng trưởng. Tính chung giai đoạn 2018-2023, tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang EU đạt trung bình 8%.

**Thị phần của EU và một số quốc gia trong tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may 8 tháng năm 2024**  
(ĐVT: %)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

8 tháng đầu năm 2024, trong khối EU, xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang Hà Lan đạt cao nhất, trên 796,29 triệu USD, tăng 24,16% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 28,61% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang EU; riêng tháng 8/2024 xuất khẩu sang thị trường này đạt trên 109,52 triệu USD, giảm 9,37% so với tháng 7/2024 nhưng tăng 37,68% so với tháng 8/2023.

Xuất khẩu sang thị trường Đức 8 tháng đầu năm 2024 đạt gần 508,92 triệu USD, giảm 13,17% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 18,28%; riêng tháng 8/2024 đạt trên 70,13 triệu USD, giảm 6,79% so với tháng 7/2024 nhưng tăng 8,7% so với tháng 8/2023.

Trong 8 tháng đầu năm 2024, có 6 thị trường lớn xuất khẩu hàng dệt may sang EU đạt kim ngạch trên 100 triệu USD. Ngoài 2 thị trường chủ đạo là Hà Lan và Đức nói trên, còn có các thị trường như: Tây Ban Nha đạt trên 388,33 triệu USD, tăng 4,56% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 13,95% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang EU; Pháp đạt gần 308,86 triệu USD, tăng 9,52%, chiếm 11,1%; Bỉ đạt trên 294,74 triệu USD, tăng 2,85%, chiếm 10,59%; Italia đạt gần 226,82 triệu USD, tăng 8,94%, chiếm 8,15%.

Mặc dù đạt được kết quả khả quan trong thời gian qua, tuy nhiên doanh nghiệp dệt may xuất khẩu sang EU còn đối mặt với những thách thức liên quan đến các quy định về tăng trưởng bền vững của khối này.

Việc EU ngày càng mở rộng thêm các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật cao hơn đối với ngành dệt may sẽ tạo ra nhiều thách thức cho doanh nghiệp để đáp ứng yêu cầu về sản xuất xanh, bền vững, giảm phát thải, kinh tế tuần hoàn, trách nhiệm xã hội, môi trường... Trong khi đó, năng lực doanh nghiệp, điều kiện sản xuất của Việt Nam còn hạn chế, việc chuyển đổi mô hình sản xuất cần công nghệ và nguồn vốn lớn.

Với hiện trạng đó, theo Cục Xuất nhập khẩu – Bộ Công Thương cần tích cực vận động chính sách đối với EU, hạn chế tối đa rào cản tiếp cận thị trường, tránh tạo thêm gánh nặng về hành chính và chi phí cho nhà sản xuất và xuất khẩu.

Yêu cầu EU tăng cường đối thoại, trao đổi thông tin để làm rõ các yêu cầu kỹ thuật chi tiết và áp dụng lộ trình thực thi phù hợp đối với từng nước đối tác, trên cơ sở tính đến trình độ phát triển khác nhau giữa các nước và hỗ trợ hướng dẫn các bước cụ thể cho doanh nghiệp để đáp ứng các quy định mới.

Về phía doanh nghiệp cần chủ động nắm bắt thông tin thị trường, nhanh chóng xây dựng kế hoạch điều chỉnh sản xuất và xuất khẩu bài bản để kịp thời thích ứng với các yêu cầu, quy định mới, tham gia hiệu quả, bền vững vào chuỗi cung ứng. Nỗ lực xanh hóa sản xuất, đảm bảo minh bạch truy xuất nguồn gốc trong toàn bộ chuỗi giá trị, cũng như thực hiện trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường cần được chú trọng và đẩy mạnh hơn nữa.

Theo các chuyên gia, vấn đề đầu tiên của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là làm thế nào tập trung hoạt động theo nhu cầu của thị trường. Trong đó, thị trường đang đặt ra vấn đề xanh là số 1, chất lượng là số 2, giá cả là số 3. Lâu nay doanh nghiệp chú ý nhiều đến vấn đề chất lượng, cạnh tranh về chất lượng và giá cả. Bây giờ nếu không “xanh” thì chất lượng và giá cả không giải quyết được vấn đề thị trường.

## Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang EU trong 8 tháng đầu năm 2024

Thị trường	Tháng 8/2024 (nghìn USD)	So với tháng 7/2024 (%)	So với tháng 8/2023 (%)	8 tháng năm 2024 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2023 (%)
EU	409.125	-5,90	27,79	2.751.202	6,27
Hà Lan	109.522	-9,37	37,68	796.295	24,16
Đức	70.126	-6,79	8,70	508.920	-13,17
Tây Ban Nha	76.031	26,88	23,78	388.325	4,56
Pháp	51.738	1,15	40,95	308.860	9,52
Bỉ	37.632	-26,40	15,17	294.736	2,85
Italia	26.679	-33,94	33,30	226.825	8,94
Ba Lan	13.026	34,76	26,11	74.570	7,31
Thụy Điển	12.367	8,43	105,35	65.797	6,67
Đan Mạch	6.331	-9,86	57,35	41.402	-2,90
CH Séc	2.044	-40,93	40,40	20.147	51,05
Áo	1.806	-0,51	56,87	7.781	-5,12
Phần Lan	318	-60,25	-65,60	5.903	-18,64
Hý Lạp	592	-4,51	-34,59	4.694	-12,27
Slovakia	289	-50,83	206,28	3.273	78,37
Luxembua	338	-49,22	-1,07	2.764	6,66
Hunggary	286	455,85	1.241,38	910	3,89

(Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan)

Còn theo số liệu từ Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), kim ngạch nhập khẩu dệt may của EU trong 7 tháng đầu năm 2024 đạt 46,1 tỷ USD, giảm 5% so với cùng kỳ năm ngoái.

5 quốc gia cung cấp dệt may lớn nhất cho EU trong 7 tháng đầu năm 2024 gồm: Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Việt Nam. Tuy nhiên, nhìn chung nhập khẩu dệt may của EU từ các nhà cung cấp lớn đều so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong đó, Trung Quốc là thị trường cung cấp dệt may lớn nhất cho EU với kim ngạch đạt 11,4 tỷ USD, giảm 7,1% so với cùng kỳ năm ngoái và chiếm 24,7% thị phần.

Tiếp đến là Bangladesh đạt 10,27 tỷ USD, giảm 4,7% và chiếm 22,3%; Thổ Nhĩ Kỳ đạt 5,44 tỷ USD, giảm 8,4% và chiếm 11,8%; Ấn Độ đạt 2,73 tỷ USD, chiếm 5,9%.

Đáng chú ý, nhập khẩu dệt may của EU từ Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2024 đạt hơn 2 tỷ USD, giảm 4,9% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 4,4% tổng dung lượng nhập khẩu dệt may của EU.

Thị phần của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may của EU từ ngoài khối tăng dần qua các năm. Đặc biệt, thị phần của Việt Nam trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của EU từ ngoài khối có sự tăng trưởng đáng kể từ khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) hiệu lực từ tháng 8/2022, từ 3,3% năm 2020 đến 4,4% trong 7 tháng đầu năm 2024 và đứng thứ 5 trong số các nhà cung cấp hàng đầu sang EU. Tuy nhiên, thị phần này còn rất khiêm tốn, cho thấy dư địa xuất khẩu sang khu vực này còn rất lớn.

Trong 7 tháng đầu năm nay, EU tăng nhập khẩu dệt may từ các thị trường tiếp theo như Pakistan (+6,5%), Campuchia (+10,6%), Morocco (+4,3%).

**Nhập khẩu dệt may (HS 61, 62) của EU từ một số thị trường ngoại khối trong 7 tháng đầu năm 2024**

<b>Nguồn cung</b>	<b>7 tháng năm 2023 (nghìn EUR)</b>	<b>7 tháng năm 2024 (nghìn EUR)</b>	<b>So sánh (%)</b>	<b>Thị phần 7 tháng năm 2023</b>	<b>Thị phần 7 tháng năm 2024</b>
<b>Ngoại khối</b>	<b>48.533.886</b>	<b>46.096.126</b>	<b>-5,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Trung Quốc	12.274.459	11.402.994	-7,1	25,3	24,7
Bangladesh	10.779.157	10.275.510	-4,7	22,2	22,3
Thổ Nhĩ Kỳ	5.945.106	5.446.736	-8,4	12,2	11,8
Ấn Độ	2.783.344	2.734.807	-1,7	5,7	5,9
Việt Nam	2.131.407	2.026.852	-4,9	4,4	4,4
Pakistan	1.794.035	1.910.524	6,5	3,7	4,1
Campuchia	1.698.628	1.878.774	10,6	3,5	4,1
Morocco	1.537.843	1.603.881	4,3	3,2	3,5
Tunisia	1.463.628	1.343.768	-8,2	3,0	2,9
Myanmar	1.272.392	1.016.828	-20,1	2,6	2,2
Anh	789.451	818.201	3,6	1,6	1,8
Sri Lanka	740.832	709.353	-4,2	1,5	1,5
Indonesia	587.639	536.481	-8,7	1,2	1,2
Thụy Sĩ	683.822	478.696	-30,0	1,4	1,0
Mỹ	358.487	395.025	10,2	0,7	0,9
Ai Cập	270.442	327.435	21,1	0,6	0,7
Albania	312.742	297.142	-5,0	0,6	0,6
Serbia	302.161	276.655	-8,4	0,6	0,6
Các quốc gia và vùng lãnh thổ không được chỉ định trong khuôn khổ thương mại ngoài Liên minh	178.568	222.198	24,4	0,4	0,5
Bắc Macedonia	257.662	221.276	-14,1	0,5	0,5
Thái Lan	207.360	204.852	-1,2	0,4	0,4
Madagascar	168.875	154.527	-8,5	0,3	0,3
Bosnia và Herzegovina	174.169	154.268	-11,4	0,4	0,3
Ukraine	171.581	154.189	-10,1	0,4	0,3
Lào	123.311	118.489	-3,9	0,3	0,3
Hồng Kông	137.178	115.844	-15,6	0,3	0,3
Moldova	118.577	109.965	-7,3	0,2	0,2
Nhật Bản	96.434	95.302	-1,2	0,2	0,2
Canada	71.518	71.474	-0,1	0,1	0,2
Armenia	67.061	70.880	5,7	0,1	0,2
Jordan	55.141	68.649	24,5	0,1	0,1
Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất	46.705	64.560	38,2	0,1	0,1
Ethiopia	47.456	60.884	28,3	0,1	0,1
Hàn Quốc	60.840	57.138	-6,1	0,1	0,1
Các quốc gia và vùng lãnh thổ không được chỉ định trong khuôn khổ thương mại nội khối	13.399	51.474	284,2	0,0	0,1
Mexico	45.540	47.436	4,2	0,1	0,1
Georgia	60.110	44.588	-25,8	0,1	0,1
Na Uy	105.220	43.787	-58,4	0,2	0,1
Malaysia	35.434	40.249	13,6	0,1	0,1
Mauritius	50.110	37.754	-24,7	0,1	0,1
Peru	55.600	37.706	-32,2	0,1	0,1
Philippines	57.878	34.793	-39,9	0,1	0,1

Nguồn cung	7 tháng năm 2023 (nghìn EUR)	7 tháng năm 2024 (nghìn EUR)	So sánh (%)	Thị phần 7 tháng năm 2023	Thị phần 7 tháng năm 2024
Honduras	47.014	31.563	-32,9	0,1	0,1
Australia	29.180	30.809	5,6	0,1	0,1
Nepal	20.653	21.383	3,5	0,0	0,0
Đài Loan	21.823	20.260	-7,2	0,0	0,0
Colombia	22.908	19.645	-14,2	0,0	0,0
Singapore	18.599	18.566	-0,2	0,0	0,0
Nicaragua	23.448	17.104	-27,1	0,0	0,0
Guatemala	18.183	16.150	-11,2	0,0	0,0
Ả Rập Xê Út	9.665	16.123	66,8	0,0	0,0
Cộng hòa Dominica	9.191	13.687	48,9	0,0	0,0
El Salvador	17.382	13.433	-22,7	0,0	0,0
Brazil	11.999	11.889	-0,9	0,0	0,0
Liban	9.907	10.951	10,5	0,0	0,0
Tajikistan	12.274	10.087	-17,8	0,0	0,0
Uzbekistan	16.603	9.011	-45,7	0,0	0,0

(Nguồn: Tính toán từ số liệu của Eurostat)

## CẬP NHẬT MỚI NHẤT VỀ QUY ĐỊNH CỦA EU CHO HỘ CHIẾU SẢN PHẨM KỸ THUẬT SỐ ĐỂ TRUY XUẤT NGUỒN GỐC VÀ TÍNH BỀN VỮNG

Hộ chiếu Sản phẩm Kỹ thuật số (DPP- Digital Product Passports) là thành phần thiết yếu trong Kế hoạch Hành động Kinh tế Tuần hoàn của Liên minh Châu Âu. Nhằm mục đích cải thiện khả năng truy xuất nguồn gốc, tính bền vững và khả năng tái chế của sản phẩm bằng cách cung cấp thông tin chi tiết về vật liệu sản phẩm, nguồn gốc, hướng dẫn sửa chữa và tái chế. Những hộ chiếu này rất quan trọng để tuân thủ các yêu cầu về Trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR- Extended Producer Responsibility).

### Những cập nhật chính về Khung DPP:

#### 1. Quy định thiết kế sinh thái Ecodesign Regulation 2024/1781

Vào ngày 28 tháng 6 năm 2024, EU đã ban hành Quy định thiết kế sinh thái mới nhất 2024/1781, thay thế Chỉ thị về thiết kế sinh thái trước đó. Quy định này áp đặt các nghĩa vụ chặt chẽ hơn đối với các công ty trong suốt vòng đời sản phẩm.

Đây là một phần của Thỏa thuận Xanh của EU, nhằm thúc đẩy nền kinh tế tuần hoàn, thân thiện với khí hậu.

Các quy định cụ thể về sản phẩm sẽ được ban hành từ ngày 19 tháng 7 năm 2025, ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm cả dệt may và giày dép.

#### 2. Yêu cầu về hộ chiếu sản phẩm kỹ thuật số

Theo Điều 9 của Quy định Ecodesign 2024/1781, nhà sản xuất, nhà nhập khẩu và nhà phân phối phải cấp hộ chiếu sản phẩm kỹ thuật số cho mỗi sản phẩm. Hộ chiếu này có thể bao gồm số nhận dạng sản phẩm duy nhất, Mã số nhận dạng thương mại toàn cầu (GTIN), hướng dẫn sử dụng, và Tuyên bố về sự phù hợp của EU (Phụ lục III).

DPP đóng vai trò như một tài liệu kỹ thuật số toàn diện, tạo điều kiện minh bạch và đảm bảo sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn về tính bền vững và khả năng truy xuất nguồn gốc.

### ***3. Tiến độ thực hiện***

Các tổ chức tiêu chuẩn Châu Âu CEN/CLC/JTC24 sẽ giới thiệu các tiêu chuẩn hài hòa cho hệ thống DPP trước tháng 12 năm 2025. Bước này rất quan trọng để chuẩn hóa thông tin và đảm bảo tính nhất quán trên toàn EU.

#### **Ý nghĩa đối với các thương hiệu may mặc và giày dép:**

##### ***1. Tuân thủ và truy xuất nguồn gốc***

Các thương hiệu may mặc, giày dép phải thích ứng với yêu cầu mới, đảm bảo mọi sản phẩm đều có hệ chiếu sản phẩm số. Điều này sẽ liên quan đến việc cập nhật hệ thống thông tin sản phẩm và đảm bảo nhập dữ liệu chính xác cho từng mặt hàng.

##### ***2. Báo cáo bền vững***

Các thương hiệu cần kết hợp các số liệu về tính bền vững vào quy trình báo cáo của họ. DPP sẽ yêu cầu thông tin chi tiết về vật liệu, quy trình sản xuất và quản lý cuối vòng đời, thúc đẩy các công ty hướng tới các hoạt động bền vững hơn.

##### ***3. Minh bạch của người tiêu dùng***

DPP tăng cường tính minh bạch của người tiêu dùng bằng cách cung cấp thông tin dễ tiếp cận về tính bền vững của sản phẩm. Điều này có thể cải thiện niềm tin và lòng trung thành với thương hiệu vì người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm các sản phẩm có trách nhiệm với môi trường.

##### ***4. Trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR)***

DPP hỗ trợ tuân thủ EPR bằng cách theo dõi các sản phẩm trong suốt vòng đời của chúng. Điều này đảm bảo rằng các công ty phải chịu trách nhiệm về tác động môi trường của sản phẩm của họ từ quá trình sản xuất đến khi thải bỏ.

#### **Các bước tiếp theo cho các Nhà Hàng/Thương Hiệu:**

##### ***1. Đánh giá và nâng cấp hệ thống***

Đánh giá hệ thống thông tin sản phẩm hiện tại và nâng cấp chúng để hỗ trợ các yêu cầu DPP. Điều này bao gồm việc tích hợp GTIN và đảm bảo độ chính xác của dữ liệu.

##### ***2. Xây dựng tiêu chuẩn nội bộ***

Tạo các hướng dẫn nội bộ về báo cáo phát triển bền vững và đảm bảo rằng tất cả các phòng ban đều hiểu các yêu cầu của DPP. Các buổi đào tạo có thể giúp nhân viên được cập nhật thông tin và tuân thủ.

##### ***3. Tương tác với các cơ quan trong ngành***

Tham gia vào các cuộc thảo luận trong ngành và nỗ lực tiêu chuẩn hóa do các tổ chức như CEN/CLC/JTC24 chủ trì. Sự tham gia này có thể cung cấp những hiểu biết sâu sắc và ảnh hưởng đến sự phát triển của các tiêu chuẩn thực tế.

##### ***4. Lập kế hoạch về thời hạn tuân thủ***



Thiết lập một mốc thời gian để đạt được sự tuân thủ các quy định mới. Ưu tiên tích hợp hệ chiếu sản phẩm kỹ thuật số cho các sản phẩm dự kiến được xem xét lần đầu theo quy định mới.

*Lê Đình Đại (VITIC) thực hiện*

Ngày 28/02/2023 Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 165/QĐ-TTg phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành Công Thương giai đoạn đến năm 2030. Đề án đặt mục tiêu tái cơ cấu ngành Công Thương nhằm thực hiện chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế, nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh; Tạo lập các động lực tăng trưởng mới gắn với chuyển biến về chất mô hình tăng trưởng của ngành Công Thương cùng một mô hình quản trị nhà nước năng động, hiệu quả, hiện đại và có tính thích ứng cao để thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển nhanh và bền vững;

Một trong những định hướng chiến lược của Đề án là nâng cao khả năng đáp ứng quy định, tiêu chuẩn cao về chất lượng của các thị trường xuất khẩu, đặc biệt là các yêu cầu về bảo vệ môi trường, các bon thấp, lao động và công đoàn.