



GIỚI THIỆU DỰ ÁN 'KHÔNG CHẤT ĐỘC HẠI TRONG THỰC PHẨM'

Phiên bản 1 – tháng 11/2011

1 ĐỊNH HƯỚNG CỦA DỰ ÁN:

Dự án này là Dự án mở, có nghĩa là nó có thể được điều chỉnh, bổ sung các hoạt động cho phù hợp với tình hình thực tế. Nhưng dù có điều chỉnh thế nào thì chúng cũng có định hướng sau:

- **Cộng đồng người Việt Nam nhận thức được:**
 - Thực tế là nhiều thực phẩm đang có chất độc hại và nguy cơ tiềm ẩn của chúng
 - Phản ứng, sức ép của dư luận là có, nhưng chưa đủ về lượng và chất
 - Phản ứng, sức ép của dư luận có vai trò quan trọng, có khả năng thay đổi hành vi
 - Họ nên có hành động, chứ đừng trông chờ vào người khác hành động thay họ
- **Người tiêu dùng tham gia hành động:**
 - Ký tên để bày tỏ thái độ dứt khoát trước hành vi sai trái
 - Vận động người thân tham gia ký tên
 - Thông tin, phản hồi về những trường hợp vi phạm
 - Hạn chế, tẩy chay thực phẩm “đen”
 - Vận động người vi phạm không thực hiện hành vi sai trái nữa
 - Thông tin về những tổ chức, cá nhân “xanh”
- **Giới trí thức tham gia hành động:**
 - Cung cấp thông tin về những chất độc hại không nên sử dụng trong thực phẩm (để đối tượng có liên quan tránh sử dụng chúng); đồng thời thông tin về những giải pháp thay thế các chất độc hại đó
 - Tham gia với tư cách cộng tác viên cho Dự án khi được mời phản biện những vấn đề chuyên môn
 - Nghiên cứu và có giải pháp để phát hiện, hạn chế và tiến tới loại bỏ thực phẩm chứa chất độc hại. Công khai các công trình nghiên cứu đó; hoặc bán bản quyền sáng chế cho doanh nghiệp.

- **Doanh nghiệp tham gia hành động:**
 - Không mua, bán, chuyên chở, cất trữ nguyên liệu độc hại
 - Công bố nguồn cung ứng nguyên liệu đầu vào
 - Công bố nơi phân phối, tiêu thụ sản phẩm của mình
 - Công bố công nghệ xử lý hóa chất (nếu có)
 - Tạo điều kiện để cơ quan báo chí và trường học tham quan dây chuyền sản xuất, kho bãi, xe cộ; và phỏng vấn nhân viên của mình
 - Đổi mới công nghệ (liên kết với “giới trí thức”) để thực phẩm “xanh” hơn
- **Cá nhân, hộ cá thể (kinh doanh liên quan đến thực phẩm) tham gia hành động:**
 - Tìm hiểu và cập nhật thông tin về thực phẩm và nguồn cung thực phẩm để không mua-bán thực phẩm xấu
 - Không sử dụng chất độc hại
 - Công bố nguồn gốc xuất xứ sản phẩm đầu vào
 - Có trách nhiệm trong việc chế biến, cất trữ, bao gói thực phẩm
- **‘Những người có ảnh hưởng’ tham gia hành động:**
 - Cho phép Dự án sử dụng hình ảnh của mình để quảng bá Dự án tới đông đảo cộng đồng
 - Tham gia và vận động fan thực hiện việc quảng bá Dự án thông qua mạng xã hội web cá nhân v.v..
 - Tham gia và vận động fan tham gia các hoạt động cụ thể của Dự án
- **Dự án, thành viên Dự án và công tác viên Dự án tham gia hành động:**
 - Đảm bảo rằng cộng đồng liên tục bày tỏ ý kiến và gây sức ép lên những đối tượng “đen”
 - Phổ biến thông tin và các giải pháp có liên quan. Chú trọng cả hình thức trực tuyến và trực tiếp
 - Tiếp xúc, tư vấn cho các đối tượng trong ‘chuỗi cung cấp thực phẩm’
 - Vận động doanh nghiệp và nhà khoa học liên kết với nhau
 - Công khai những tổ chức, cá nhân “xanh” và “đen”

2 CÁC CHIẾN DỊCH SẼ TRIỂN KHAI

Dự án được hiện thực hóa thông qua các chiến dịch. Mỗi chiến dịch sẽ có các mục tiêu và hoạt động cụ thể. Tại mỗi thời điểm có thể có một, hai hoặc nhiều chiến dịch được triển khai thực hiện.

Tại thời điểm ban hành Phiên bản 1 này, có 03 Chiến dịch sau:

- **‘Ký vì Sức khỏe – Ký vì Tương lai’** (phát động từ ngày 5/12/2011)
- **‘Nói KHÔNG với thực phẩm KHÔNG XANH’**
(đang được hoàn thiện kế hoạch)
- **‘Thực phẩm xanh – Tương lai xanh’**
(đang được hoàn thiện kế hoạch)

2.1 Chiến dịch ‘Ký vì Sức khỏe – Ký vì Tương lai’

Nội dung hoạt động:

- Thu thập được tối thiểu 100.000 chữ ký yêu cầu các tổ chức và cá nhân có liên quan (từ khâu nuôi trồng, thu hoạch, sản xuất, chế biến, bao gói, lưu thông thực phẩm cho đến những nơi cung cấp dịch vụ ăn uống– gọi chung là các đối tượng trong ‘chuỗi cung ứng thực phẩm’) không sản xuất, chế biến, vận chuyển, sử dụng nguyên liệu, bao gói và thực phẩm chứa chất độc hại.
- Thông tin đến các đối tượng trong ‘chuỗi cung ứng thực phẩm’ để họ biết về yêu cầu nói trên của cộng đồng.

2.2 Chiến dịch ‘Nói KHÔNG với thực phẩm KHÔNG XANH’

Nội dung hoạt động:

- **Nhắm tới người tiêu dùng:**
 - Thông tin cho họ biết về danh sách thực phẩm “đen” và đối tượng “đen”
 - Vận động họ không mua sắm, sử dụng thực phẩm trong danh sách “đen” hoặc nghi ngờ có chất độc hại.
 - Vận động họ cung cấp bằng chứng về thực phẩm “đen” và đối tượng “đen”.
- **Nhắm tới các đối tượng trong ‘chuỗi cung ứng thực phẩm’:**
 - Thông tin cho họ biết rằng hành vi sản xuất, chế biến, vận chuyển, sử dụng nguyên liệu, bao gói và thực phẩm chứa chất độc hại là sai trái, phi đạo đức và thậm chí là vi phạm pháp luật. *Nhưng việc họ đã làm không quan trọng bằng việc họ sẽ làm.*
 - Thông tin cho họ biết rằng luôn luôn có giải pháp để họ loại bỏ chất độc hại khỏi thực phẩm mà không làm ảnh hưởng lớn tới kinh doanh và mưu sinh của họ, miễn là họ thực sự nỗ lực tìm kiếm và có cách làm đúng để tìm kiếm giải pháp.
- **Nhắm tới những cá nhân làm việc trong ‘chuỗi cung ứng thực phẩm’, vận động họ:**
 - Có giải pháp, sáng kiến nhằm hạn chế và loại bỏ chất độc hại trong sản phẩm của họ.
 - Thông tin cho công luận biết về những hành vi sai trái của đơn vị họ làm việc.
- **Nhắm tới những cá nhân có người thân có liên quan tới ‘chuỗi cung ứng thực phẩm’, vận động họ, để rồi họ vận động người thân không thực hiện hành vi sản xuất, chế biến, vận chuyển, sử dụng nguyên liệu, bao gói và thực phẩm chứa chất độc hại.**

2.3 Chiến dịch ‘Thực phẩm xanh – Tương lai xanh’

Nội dung hoạt động:

- **Nhắm tới các đối tượng “xanh” trong ‘chuỗi cung ứng thực phẩm’:**
 - Tôn vinh những đối tượng cung ứng thực phẩm xanh
 - Khen ngợi những đối tượng đã chuyển đổi từ “đen” sang “xanh”

- Vận động họ chia sẻ kinh nghiệm, thông tin, bí quyết thành công
- **Nhắm tới các đối tượng “đen” trong “chuỗi cung ứng thực phẩm”:**
 - Thông tin cho họ biết về những chất độc hại không nên sử dụng trong thực phẩm (để họ tránh sử dụng chúng).
 - Thông tin cho họ về những giải pháp thay thế các chất độc hại đó.
- **Nhắm tới người tiêu dùng:**
 - Thông tin cho họ biết về danh sách thực phẩm “xanh” và đối tượng “xanh”.
 - Vận động họ mua sắm, sử dụng thực phẩm “xanh”, kể cả khi giá cao hơn, hoặc khó khăn hơn trong việc tìm mua sản phẩm đó.
 - Vận động họ cung cấp bằng chứng về thực phẩm “xanh” và đối tượng “xanh”.
- **Nhắm tới giới trí thức:**
 - Phổ biến những thông tin khoa học, kinh nghiệm hay của thế giới.
 - Nghiên cứu và có giải pháp để phát hiện, hạn chế và tiến tới loại bỏ thực phẩm chứa chất độc hại.
 - Công khai các công trình nghiên cứu; hoặc bán bản quyền sáng chế cho doanh nghiệp.
 - Tôn vinh những cá nhân, tập thể có hành động đóng góp cho cộng đồng.

---000---