

Số: 35 8 6 /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 08 tháng 12 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Kế hoạch phổ biến Thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (Thông tư số 50/2025/TT-BCT)

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Nghị định số 40/2025/NĐ-CP quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Quyết định số 312/QĐ-BCT ngày 03 tháng 02 năm 2025 ban hành Kế hoạch truyền thông năm 2025 của Bộ Công Thương;

Căn cứ Kế hoạch công tác năm 2025 của Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công;

Xét đề nghị của Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Cục ĐCK).

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch phổ biến Thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (Thông tư số 50/2025/TT-BCT).

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công, Chánh Văn phòng Bộ, Thủ trưởng các đơn vị thuộc Bộ, các đơn vị, tổ chức, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Lãnh đạo Bộ;
- Lưu: VT, Cục ĐCK.TH.

KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG



Nguyễn Sinh Nhật Tân



BỘ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 08 tháng 12 năm 2025

KẾ HOẠCH

Phổ biến Thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (Thông tư số 50/2025/TT-BCT)

(Ban hành kèm theo Quyết định số 3586/QĐ-BCT ngày 08 tháng 12 năm 2025)

I. Căn cứ xây dựng kế hoạch

1. Nghị định số 40/2025/NĐ-CP ngày 26/02/2025 quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương và Nghị định số 109/2025/NĐ-CP của Chính phủ.

2. Thông tư số 50/2025/TT-BCT ngày 7/11/2025 của Bộ Công Thương quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (TT50).

3. Yêu cầu thực tiễn trong công tác phổ biến thông tin, tuyên truyền nhằm tạo sự đồng thuận xã hội, bảo đảm triển khai thành công lộ trình phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống, sử dụng xăng sinh học E5, E10, góp phần bảo vệ môi trường, giảm phát thải khí nhà kính, thực hiện cam kết đưa phát thải ròng về "0" vào năm 2050.

Trên cơ sở nhận thức đúc rút từ quá trình khảo sát, đánh giá về công tác truyền thông đối với xăng sinh học thời gian qua, công tác tuyên truyền, truyền thông, phổ biến thông tin cần thực hiện có kế hoạch, trọng tâm, trọng điểm nhằm đạt hiệu quả cao nhất.

II. Mục tiêu, yêu cầu

1. Mục tiêu tổng quát

Tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn và định hướng dư luận về Thông tư số 50/2025/TT-BCT, giúp người sử dụng xăng và toàn xã hội hiểu đúng về xăng sinh học E5, E10, tin tưởng và ủng hộ chủ trương sử dụng xăng sinh học E5, E10 thay thế xăng khoáng truyền thống nhằm thực hiện mục tiêu xây dựng nền kinh tế xanh, kinh tế cacbon thấp, giảm phát thải khí gây hiệu ứng nhà kính để thực hiện cam kết đưa phát thải ròng về "0" vào năm 2050.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Giúp người sử dụng xăng và toàn xã hội hiểu được ý nghĩa của việc sử dụng xăng sinh học E5, E10 đối với môi trường. Thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp nhiên liệu sinh học, tạo việc làm, phát triển kinh tế - xã hội.

b) Cung cấp thông tin dựa trên cơ sở nghiên cứu khoa học và thực tiễn để người sử dụng xăng và toàn xã hội hiểu rõ xăng E5, E10 là các sản phẩm đã được xác định chất lượng theo Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, an toàn cho động cơ, phù hợp để sử dụng cho hầu hết các động cơ xăng đang lưu hành.

c) Huy động cả hệ thống chính trị, cộng đồng doanh nghiệp và người sử dụng xăng cùng chung tay thúc đẩy việc sử dụng xăng sinh học, coi việc sử dụng nhiên liệu xanh là tất yếu vì các mục tiêu môi trường, kinh tế - xã hội.

d) Xây dựng hình ảnh Bộ Công Thương chủ động, linh hoạt, minh bạch mọi hoạt động, luôn cầu thị, lắng nghe và phản hồi kịp thời dư luận, có trách nhiệm trong xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và trong chỉ đạo, điều hành.

e) Định hướng dư luận theo hướng tích cực, chủ động, kịp thời phản bác những thông tin sai lệch, suy diễn chủ quan không có căn cứ, xuyên tạc gây hoang mang.

3. Yêu cầu

a) Đảm bảo thông tin kịp thời, chính xác, chủ động xử lý, phản bác thông tin sai lệch, tiêu cực, gây hiểu lầm về chính sách.

b) Bảo đảm thông tin thông suốt, nhất quán, tránh xung đột hoặc sai lệch phát ngôn giữa các đơn vị trong Bộ và tổ chức, cá nhân liên quan.

c) Gắn truyền thông với hành động thực tế, thể hiện vai trò điều hành, quản lý nhà nước của Bộ Công Thương trong thúc đẩy phát triển năng lượng sạch, thực hiện cam kết đưa phát thải ròng về “0” vào năm 2050.

d) Giao nhiệm vụ cho các đơn vị thuộc Bộ Công Thương, theo chức năng, nhiệm vụ chủ động xây dựng nội dung truyền thông trong lĩnh vực phụ trách theo định hướng của Kế hoạch này để cung cấp thông tin về xăng sinh học.

e) Bảo đảm sự phối hợp chặt chẽ giữa Cục ĐCK, Văn phòng Bộ và các đơn vị chức năng thuộc Bộ trong tổ chức thực hiện công tác truyền thông.

III. Nội dung truyền thông

1. Thông điệp truyền thông chủ đạo

- “Xăng E10 – Năng lượng xanh cho Việt Nam phát triển bền vững”.
- “E10, xăng sạch hơn, thân thiện hơn với môi trường”.
- “Thay đổi thói quen tiêu dùng – hành động nhỏ, ý nghĩa lớn cho sức khỏe hôm nay và thế hệ mai sau”.
- “Xăng sinh học E10 đạt Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, đảm bảo an toàn cho động cơ”.
- “Doanh nghiệp xăng dầu, người dùng xăng cùng chung tay bảo vệ môi trường”.

2. Đối tượng truyền thông

- Người dùng xăng dầu (đặc biệt là nhóm sử dụng xe máy, ô tô cá nhân).
- Thương nhân sản xuất, kinh doanh, phân phối xăng dầu, hệ thống cửa hàng bán lẻ.

- Các tỉnh, thành, đặc biệt là các đơn vị chức năng như Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường, cơ quan quản lý thị trường.
- Cộng đồng báo chí, truyền hình, mạng xã hội.
- Các tổ chức chính trị - xã hội, hiệp hội ngành hàng, đoàn thể.

3. Nội dung truyền thông

Công tác phổ biến thông tin về Thông tư 50 cần tập trung vào những nội dung chính như sau:

1. Thông tin về nhiên liệu sinh học, xăng sinh học, ý nghĩa của việc sử dụng xăng sinh học nói riêng, nhiên liệu sinh học nói chung đối với môi trường.
2. Thông tin chung về Thông tư 50 gồm: Giới thiệu nội dung Thông tư 50 của Bộ Công Thương; Các thông tin liên quan đến nguồn nguyên liệu, nguồn cung nhiên liệu sinh học, thông tin về xăng sinh học; tình hình phối trộn, pha chế, lưu thông, kinh doanh xăng sinh học, các đặc tính, chỉ tiêu kỹ thuật của xăng sinh học E5, E10.
3. Tình hình sử dụng xăng sinh học trên thế giới, những kinh nghiệm học hỏi từ các nước đi trước trong sử dụng xăng sinh học.
4. Khả năng tương thích của động cơ với xăng E10, thông tin dựa trên căn cứ khoa học và thực tiễn về tác động của xăng E10 đối với hiệu suất hoạt động và tuổi thọ của các chi tiết máy, động cơ; Thông tin từ doanh nghiệp về tình hình tiêu thụ và phản hồi của người tiêu dùng (nếu có) về xăng E5, E10.
5. Định hướng tăng cường sử dụng các loại nhiên liệu sinh học như điêzen sinh học B5, B10, nhiên liệu hàng không bền vững SAF và khả năng tăng tỷ lệ phối trộn cho xăng như E15, E20...
6. Các chính sách của Nhà nước về hỗ trợ, khuyến khích phát triển nhiên liệu sinh học, sử dụng xăng sinh học (nếu có).

4. Phương thức truyền thông

- Cung cấp thông tin, phối hợp với các cơ quan truyền thông, báo chí trung ương và địa phương, đặc biệt là các đơn vị truyền thông của Bộ Công Thương (Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Trung tâm Truyền thông - Truyền hình Công Thương, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Nhà xuất bản Công Thương).
- Phối hợp với các tổ chức, cá nhân hoạt động truyền thông có hợp tác với Bộ Công Thương.
- Cung cấp thông tin, phối hợp với các doanh nghiệp xăng dầu để truyền thông trực tiếp tới các đối tượng sử dụng xăng.
- Cung cấp thông tin phục vụ các cuộc Họp báo Chính phủ thường kỳ, họp giao ban báo chí của Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương, của Hội Nhà báo Việt Nam và Họp báo định kỳ hàng quý hoặc đột xuất của Bộ.
- Các phương thức truyền thông khác như: Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm, diễn đàn để trao đổi, cung cấp, phản hồi thông tin; Trả lời phỏng vấn báo chí

trực tiếp hoặc bằng văn bản; Thông qua các ấn phẩm truyền thông như sổ tay, tài liệu, đồ họa thông tin (infographic)...

5. Các kênh truyền thông

5.1. Đối với các kênh truyền thông báo chí chính thống

- **Đăng tải Thông tư:** Theo đúng quy định của Luật, các Nghị định, Thông tư về xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và các quy định có liên quan;

- **Mở các Chuyên trang, chuyên mục “Hiểu đúng về xăng E10”** trên Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương, các Sở Công Thương, Trang tin điện tử tổng hợp Cục ĐCK, Trang tin điện tử tổng hợp Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Cổng Thông tin điện tử Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Cục TTTN), các trang tin của Tập đoàn, tổng công ty, doanh nghiệp có liên quan; Xuất bản các ấn phẩm in và điện tử tuyên truyền về các cơ chế chính sách của Nhà nước về hỗ trợ, khuyến khích phát triển nhiên liệu sinh học, sử dụng xăng sinh học (nếu có) và các nội dung khác tuyên truyền về nhiên liệu sinh học (Nhà xuất bản Công Thương).

- **Phối hợp với các cơ quan truyền thông:** Báo Nhân Dân, Lao Động, Tiền Phong, TTXVN, Dân trí, VnExpress, Vietnamnet, Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV),...

5.2. Truyền thông số và mạng xã hội

- Tổ chức chiến dịch hashtag #E10Xanh #ViMôiTrườngViệtNam #HànhĐộngE10;

- Tăng cường tương tác trên mạng xã hội chính thức của Bộ, phản hồi nhanh, chính xác, thân thiện.

5.3. Truyền thông địa phương và cơ sở

- Phối hợp với UBND các tỉnh/thành tổ chức tuyên truyền, phổ biến nội dung truyền thông, thúc đẩy sử dụng xăng E10, xem xét lồng ghép với các chiến dịch tuyên truyền “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, “Tiêu dùng xanh”;

- Lắp đặt pano, áp phích, biển quảng bá tại cây xăng, tuyến giao thông chính.

- Tổ chức các buổi tọa đàm, diễn đàn cộng đồng, phỏng vấn người sử dụng thực tế.

5.4. Truyền thông nội bộ và chuyên ngành

- Gửi công văn hướng dẫn truyền thông đến các Sở Công Thương, Thương nhân hoạt động xăng dầu, hiệp hội, các đơn vị, tổ chức có liên quan.

- Đưa nội dung về xăng E10 lồng ghép vào các chương trình đào tạo phù hợp, hội thảo chuyên ngành năng lượng, nhiên liệu..., cũng như các hoạt động phù hợp tại địa phương, doanh nghiệp và các đơn vị có liên quan.

- Cập nhật thông tin thường xuyên trên các bản tin nội bộ của Bộ Công Thương, các Sở Công Thương, các đơn vị thuộc Bộ có liên quan và của

Petrolimex, PVOIL, PVN, Hiệp hội xăng dầu Việt Nam, Hiệp hội nhiên liệu sinh học, Hiệp Hội ô tô, xe máy...

6. Biện pháp phòng ngừa và xử lý khủng hoảng truyền thông

- Giám sát 24/7 dư luận xã hội và mạng xã hội để phát hiện sớm vấn đề, thông tin tiêu cực, tin giả. Bố trí nhân lực để có thể phản ứng nhanh, kịp thời các thông tin về xăng E10 (do Báo Công Thương chủ trì);
- Tổ chức họp báo hoặc phát ngôn chính thức khi có vụ việc phức tạp, tránh để dư luận tự suy diễn (nếu có);
- Tổ chức nghiên cứu để có cơ sở về khoa học và thực tiễn chứng minh cho tính ưu việt đối với môi trường của xăng E10 cũng như có hay không các tác động xấu tới hiệu suất hoạt động và tuổi thọ của chi tiết máy, động cơ.

7. Thời gian thực hiện truyền thông

- Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông theo các nội dung đã nêu một cách thường xuyên, liên tục từ tháng 11/2025 đến hết tháng 12/2026;
- Giai đoạn sau 2026, căn cứ vào thực tế kết quả triển khai TT50, thực hiện các nội dung truyền thông theo chuyên đề và các vấn đề nảy sinh (nếu có) trong quá trình triển khai TT50.

8. Kế hoạch và kinh phí thực hiện

- Các đơn vị thuộc, trực thuộc Bộ chủ động xây dựng kế hoạch truyền thông phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của đơn vị, phối hợp với Văn phòng Bộ, Cục ĐCK trình Lãnh đạo Bộ xem xét, phê duyệt, lồng ghép công tác truyền thông về xăng sinh học vào các hoạt động truyền thông phù hợp của đơn vị.
- Nguồn kinh phí được bố trí từ ngân sách chi thường xuyên cho công tác truyền thông của Bộ Công Thương, Sở Công Thương, các đơn vị liên quan; Huy động nguồn xã hội hóa từ các doanh nghiệp hoạt động xăng dầu, nhiên liệu sinh học và các Hiệp hội ngành hàng theo hình thức phối hợp công - tư;
- Kinh phí được chi cho các hoạt động: xây dựng nội dung truyền thông, họp báo, hội nghị, tọa đàm, talk show, sản xuất các dạng ấn phẩm báo chí (giấy, điện tử, phát thanh, truyền hình...), các loại hình báo chí (tin, bài, ảnh, video, clip, infographic, eMagazine...), xuất bản các xuất bản phẩm dạng in và điện tử; quảng bá, khảo sát đánh giá và quản trị mạng xã hội...

IV. Tổ chức thực hiện

1. Văn phòng Bộ

- Là đơn vị đầu mối của Bộ trong công tác truyền thông, kết nối giữa các đơn vị chuyên môn với các cơ quan thông tấn báo chí, các tỉnh, thành để cung cấp thông tin và phản hồi về những nội dung truyền thông giữa các đơn vị thuộc Bộ và cơ quan truyền thông.
- Có trách nhiệm đôn đốc, phối hợp, hỗ trợ các đơn vị thực hiện hoạt động truyền thông theo kế hoạch cũng như các hoạt động phát sinh theo yêu cầu của Lãnh đạo Bộ.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị trong Bộ chuẩn bị nội dung phục vụ Người phát ngôn của Bộ tham dự Hội báo thường kỳ Chính phủ; Chủ trì tổ chức và phối hợp với các đơn vị chuẩn bị các cuộc Hội báo thường kỳ Bộ Công Thương hàng quý và các cuộc hội báo theo chuyên đề, hội báo đột xuất; thực hiện điểm báo hàng ngày liên quan đến kế hoạch truyền thông và các nội dung liên quan về xăng E10.

- Tham mưu, đề xuất và tổ chức các cuộc trả lời phỏng vấn của Lãnh đạo Bộ; đề nghị đại diện lãnh đạo các đơn vị thuộc Bộ phối hợp tham gia tọa đàm, trả lời phỏng vấn trên các phương tiện thông tin đại chúng theo chỉ đạo của Lãnh đạo Bộ liên quan đến xăng E10.

- Kịp thời tham mưu, đề xuất để xử lý các sự vụ bất thường nhạy cảm, những vấn đề nóng được dư luận, người dân báo chí quan tâm liên quan đến xăng E10 trong suốt quá trình triển khai kế hoạch.

- Chủ trì tham mưu đề xuất các hình thức khen thưởng phù hợp cho các tập thể, cá nhân có nhiều thành tích và đóng góp cho công tác truyền thông trong chiến dịch truyền thông về xăng E10 của Bộ Công Thương.

2. Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Cục ĐCK)

- Chủ trì xây dựng nội dung chuyên môn kỹ thuật cung cấp cho Văn phòng Bộ và các đơn vị liên quan, hướng dẫn chuyên môn và phối hợp cùng Văn phòng Bộ tổ chức triển khai toàn bộ nội dung truyền thông về Thông tư 50, bảo đảm thông tin thống nhất, chính xác, kịp thời đến các đối tượng truyền thông.

- Chủ trì xây dựng các kết quả nghiên cứu về đổi mới công nghệ, nâng cấp dây chuyền sản xuất etanol và nâng cao chất lượng sản phẩm nhiên liệu sinh học để phục vụ hoạt động truyền thông.

- Đẩy mạnh hoạt động tập huấn nâng cao năng lực cho địa phương, doanh nghiệp xăng dầu, cơ sở phối trộn nhằm thống nhất thông điệp, cách thức tuyên truyền và phản hồi truyền thông.

- Phối hợp với Văn phòng Bộ, các đơn vị báo chí, doanh nghiệp xăng dầu và các tổ chức chính trị – xã hội trong hoạt động truyền thông ngành và quốc gia về nhiên liệu sinh học để lan tỏa thông điệp, giám sát dư luận, xử lý khủng hoảng và thúc đẩy sử dụng xăng sinh học nói riêng, các loại nhiên liệu sinh học nói chung.

- Phối hợp với các cơ sở nghiên cứu, triển khai nghiên cứu các vấn đề về kỹ thuật, công nghệ liên quan đến xăng sinh học và tính tương thích của động cơ, cũng như các vấn đề xã hội quan tâm và nảy sinh trong quá trình triển khai Thông tư 50 để truyền thông rộng rãi tới toàn xã hội.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan cung cấp thông tin về tình hình sử dụng xăng sinh học trên thế giới, những kinh nghiệm học hỏi từ các nước đi trước trong sử dụng xăng sinh học (nếu có).

3. Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Cục TTTN)

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị chức năng tuyên truyền, phổ biến hướng dẫn về hoạt động nhập khẩu, phân phối, kinh doanh, pha chế và phối trộn nhiên

liệu sinh học, phối hợp với Sở Công Thương và các đơn vị liên quan bảo đảm thông tin rõ ràng, thống nhất đến doanh nghiệp và hệ thống kinh doanh xăng dầu.

- Phối hợp truyền thông về chính sách thuế, phí và các chính sách tài chính liên quan đến xăng sinh học, làm đầu mối giải thích công khai, minh bạch các yếu tố hình thành giá và phương pháp tính giá, nhằm tạo sự đồng thuận của doanh nghiệp và người tiêu dùng.

- Tăng cường hướng dẫn và tuyên truyền việc tuân thủ quy định kinh doanh nhiên liệu sinh học, đồng thời kiểm tra, giám sát và công khai kết quả nhằm củng cố niềm tin về minh bạch thị trường và chất lượng xăng sinh học lưu thông trên toàn quốc.

- Phối hợp với các Bộ, ngành, tỉnh, thành và thương nhân đầu mối xăng dầu trong truyền thông về đảm bảo nguồn cung ổn định, kịp thời cung cấp thông tin thị trường, dự báo nhu cầu và các biện pháp điều hành để tránh tin đồn, đầu cơ hoặc hoang mang trong dư luận.

- Tham gia triển khai các chiến dịch truyền thông quốc gia về nhiên liệu sinh học, cung cấp số liệu thị trường, tình hình cung ứng và các khuyến nghị chính sách nhằm hỗ trợ truyền thông đúng – đủ – kịp thời, thúc đẩy người dân và doanh nghiệp yên tâm sử dụng xăng sinh học.

4. Các đơn vị truyền thông, báo chí thuộc Bộ Công Thương

- Các đơn vị báo chí, truyền hình thuộc Bộ (Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Trung tâm Truyền thông – Truyền hình Công Thương, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại) tiếp tục bám sát các nhiệm vụ của Bộ, bám sát kế hoạch truyền thông, các chủ trương, chính sách, chỉ đạo điều hành của Lãnh đạo Bộ để kịp thời đăng tải đầy đủ, khách quan các tin, bài liên quan đến Thông tư 50 và lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (xăng E10).

- Chủ động khai thác, phản ánh truyền tải thông tin chính xác, khách quan về lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam.

- Chủ động triển khai các chiến dịch truyền thông cộng đồng, bao gồm sự kiện, hội nghị, truyền thông xã hội, thông tin đại chúng... đảm bảo thông điệp thống nhất của Bộ Công Thương.

- Theo dõi dư luận, tiếp nhận phản ánh của người dân – doanh nghiệp và kịp thời báo cáo Bộ Công Thương, đồng thời xử lý hoặc kiến nghị xử lý các thông tin sai lệch, tin đồn gây ảnh hưởng đến việc tiêu thụ xăng sinh học E10.

- Chủ động phản hồi, đấu tranh kịp thời với những thông tin sai lệch về áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam.

- Chủ động bố trí phóng viên có năng lực chuyên môn, nghiệp vụ tham gia nhóm phản ứng nhanh để triển khai kế hoạch truyền thông về áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (xăng E10).

- Mở các Chuyên trang, chuyên mục “Hiểu đúng về xăng E10” để triển khai kế hoạch truyền thông về lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam có hiệu quả.

- Xuất bản các xuất bản phẩm in và điện tử phù hợp với nội dung tuyên truyền tại Kế hoạch.

5. Các đơn vị thuộc Bộ có liên quan

- Chủ động xây dựng và triển khai các hoạt động truyền thông trong phạm vi lĩnh vực được giao, bảo đảm cung cấp thông tin đầy đủ, thống nhất nhằm tạo sự đồng thuận xã hội đối với các chủ trương, chính sách liên quan đến lộ trình áp dụng xăng E10.

- Thực hiện đúng trách nhiệm phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí, theo ủy quyền của Lãnh đạo Bộ; đảm bảo phát ngôn chính xác, kịp thời, tuân thủ Quy chế phát ngôn và chịu trách nhiệm về nội dung thông tin liên quan đến xăng sinh học trong phạm vi chức năng của đơn vị.

- Chủ động, kịp thời cung cấp thông tin chuyên môn cho Văn phòng Bộ và cơ quan báo chí khi được đề nghị; phối hợp chặt chẽ trong công tác xử lý thông tin, phản hồi báo chí và tham gia các cuộc họp, tọa đàm, phỏng vấn liên quan đến xăng E10.

- Tích cực phối hợp với Văn phòng Bộ trong việc cung cấp thông tin phục vụ họp báo thường kỳ Bộ Công Thương và họp báo Chính phủ, đảm bảo cập nhật tiến độ triển khai, kết quả thực hiện và phản hồi dư luận về xăng sinh học.

- Theo dõi, tổng hợp và kịp thời báo cáo Bộ Công Thương các vấn đề truyền thông phát sinh, bao gồm phản ứng của người dân, thông tin sai lệch hoặc nguy cơ gây khủng hoảng truyền thông liên quan đến xăng E10, đồng thời đề xuất giải pháp xử lý.

6. Các doanh nghiệp xăng dầu, Hiệp hội xăng dầu và nhiên liệu sinh học

- Chủ động xây dựng kế hoạch truyền thông về nhiên liệu sinh học, xăng sinh học trên cơ sở nội dung truyền thông đã được lãnh đạo Bộ Công Thương phê duyệt và sự sáng tạo của doanh nghiệp, hiệp hội.

- Sáng tạo, linh hoạt các hình thức truyền thông phù hợp với đặc điểm văn hóa, trình độ dân trí từng vùng, miền, từng đối tượng người sử dụng xăng để đảm bảo đạt hiệu quả cao nhất.

- Tập huấn công tác truyền thông, phổ biến Thông tư 50 cho viên chức, người lao động của doanh nghiệp, hiệp hội, đặc biệt là đội ngũ phụ trách kinh doanh và tiếp xúc trực tiếp với đối tượng sử dụng xăng.

- Công khai minh bạch thông tin về nguồn cung, sản xuất, phối trộn và phân phối xăng sinh học, cung cấp thông tin chính xác về chất lượng nhiên liệu và các vấn đề liên quan nhằm phục vụ hoạt động tuyên truyền, phản hồi báo chí và xử lý thông tin sai lệch trên thị trường.

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương, Sở Công Thương và cơ quan truyền thông trong các chiến dịch truyền thông về xăng sinh học; chủ động cung

cấp dữ liệu về sản lượng, nhu cầu thị trường, tình hình cung ứng để truyền thông kịp thời, tránh tin đồn gây hoang mang.

- Tham gia, hỗ trợ các chương trình truyền thông, phổ biến thông tin do Bộ Công Thương chủ trì, tổ chức.

Trên đây là Kế hoạch phổ biến Thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam của Bộ Công Thương, yêu cầu các đơn vị có liên quan triển khai thực hiện nghiêm túc, hiệu quả. Các đơn vị, doanh nghiệp, Sở Công Thương địa phương gửi báo cáo định kỳ mỗi Quý một lần về tình hình phổ biến thông tin, phản ứng dư luận, mức độ đồng thuận của người dân. Báo cáo gồm: Lượng tiếp cận thông tin (truyền hình, báo chí, mạng xã hội); Kết quả khảo sát nhận thức người dân; Biên động tiêu thụ xăng E10; Phản ứng và mức độ hài lòng của doanh nghiệp, người dân./.

BỘ CÔNG THƯƠNG

PHU LUC
Tiếp thu – giải trình góp ý
Đối với Dự thảo Kế hoạch phổ biến Thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam (Thông tư số 50/2025/TT-BCT) của Bộ Công Thương

STT	Đơn vị góp ý	Nội dung góp ý	Nội dung tiếp thu/giải trình	Ghi chú
1	Vụ Dầu khí và than	- Mục III.1. Thông điệp truyền thông chủ đạo, đề nghị bổ sung các thông điệp truyền thông nhằm nhấn mạnh vào chất lượng của Xăng E10. Lý do là vì chất lượng và hiệu năng sử dụng chính là yếu tố chính ảnh hưởng trực tiếp đến định hướng và sự chấp nhận của người tiêu dùng đối với loại nhiên liệu mới này. - Mục III.5. Các kênh truyền thông, đề nghị mở rộng phạm vi đối tượng truyền thông là các trường đại học, cao đẳng, cơ sở giáo dục trên toàn quốc, điều này vừa là cơ hội để giáo dục và nâng cao nhận thức cho thế hệ trẻ về phát triển bền vững và năng lượng sạch, vừa là phương thức hiệu quả để thúc đẩy tiêu thụ xăng E10. Do đối tượng sinh viên hiện là một nhóm sử dụng phương tiện giao thông chạy xăng dầu tương đối lớn, và việc tiếp cận nhóm này sẽ có tác động đáng kể đến tỷ lệ sử dụng nhiên liệu sinh học trong tương lai. - Đối với các nội dung khác: Vụ Dầu khí và Than không có ý kiến bổ sung.	- Cục ĐCK tiếp thu theo hướng: tùy từng thời điểm, giai đoạn để linh hoạt bổ sung các thông điệp về chất lượng. - Ý đầu tiên tại Mục II.2 của Dự thảo Kế hoạch, Cục ĐCK đưa ra đối tượng truyền thông là Người dùng xăng dầu (đặc biệt là nhóm sử dụng xe máy, ô tô cá nhân), được hiểu là đã bao gồm nhóm đối tượng là học sinh, sinh viên thuộc các cơ sở giáo dục.	
2	Bảo Công Thương	Đồng ý với Dự thảo Kế hoạch		

3 Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại	- Tại phần III, mục 4. Phương thức truyền thông: Cung cấp thông tin, phối hợp với các cơ quan truyền thông, báo chí trung ương và địa phương, đặc biệt là các đơn vị truyền thông của Bộ Công Thương (Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Trung tâm Truyền thông - Truyền hình Công Thương, <i>Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại</i>, Nhà xuất bản Công Thương): Bổ sung thêm Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại. - Tại phần III, mục 5. Các kênh truyền thông Mục 5.1. Đối với các kênh truyền thông báo chí chính thống - Mở các Chuyên trang, chuyên mục “Hiệu đúng về xăng E10” trên Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương, các Sở Công Thương, Trang tin điện tử tổng hợp Cục ĐCK, <i>Trang tin điện tử tổng hợp Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại</i>, Cổng Thông tin điện tử Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Cục TTTN), các trang tin của Tập đoàn, tổng công ty, doanh nghiệp có liên quan...: Bổ sung thêm trang thông tin của Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại. - Tại Phần IV: Tổ chức thực hiện Mục 4. Các đơn vị báo chí, <i>truyền thông</i>, truyền hình thuộc Bộ (Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Trung tâm Truyền thông – Truyền hình Công Thương, <i>Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại</i>) tiếp tục bám sát các nhiệm vụ của Bộ, bám sát kế hoạch truyền thông, các chủ trương, chính sách, chỉ đạo điều hành của Lãnh đạo Bộ để kịp thời đăng tải đầy đủ, khách quan các tin, bài liên quan đến lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tại Việt Nam	Đã tiếp thu, bổ sung
--	---	-----------------------------

	(xãng E10): Bổ sung thêm các đơn vị truyền thông thuộc bộ, trong đó có Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại.	
4 Văn phòng Bộ	Văn phòng Bộ xin góp ý với những nội dung như sau: 1. Tại dự thảo Quyết định, phần căn cứ: - Bỏ “Căn cứ Quyết định số 2389/QĐ-BCT ngày 06 tháng 9 năm 2024 của Bộ Công Thương về việc ban hành Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của Bộ Công Thương” thay thế thành “Căn cứ Quyết định số 312/QĐ-BCT ngày 03/02/2025 ban hành Kế hoạch truyền thông năm 2025 của Bộ Công Thương”. - Bổ sung “Căn cứ Kế hoạch công tác năm 2025 của Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công”. 2. Tại Phần III. Nội dung truyền thông, tiểu mục 4. Phương thức truyền thông “Cung cấp thông tin phục vụ các cuộc Họp báo Chính phủ thường kỳ, họp giao ban báo chí của Ban Tuyên giáo Trung ương, của Hội Nhà báo Việt Nam và Họp báo định kỳ hàng quý hoặc đột xuất của Bộ” sửa thành “Cung cấp thông tin phục vụ các cuộc Họp báo Chính phủ thường kỳ, họp giao ban báo chí của Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương, của Hội Nhà báo Việt Nam và Họp báo định kỳ hàng quý hoặc đột xuất của Bộ”. 3. Tại Phần IV. Tổ chức thực hiện Văn phòng Bộ “- Là đơn vị đầu mối của Bộ trong công tác truyền thông, kết nối giữa các đơn vị chuyên môn với các cơ quan thông tấn báo chí, các tỉnh, thành để cung cấp thông tin và phản hồi về những nội dung truyền thông giữa các đơn vị thuộc Bộ và cơ quan truyền thông; - Có trách nhiệm đôn đốc, phối hợp, hỗ trợ các đơn vị thực hiện	- Đã chỉnh sửa bổ sung Căn cứ Quyết định số 312/QĐ-BCT ngày 03/02/2025 ban hành Kế hoạch truyền thông năm 2025 của Bộ Công Thương; - Đã bỏ sung - Đã chỉnh sửa, bổ sung Nội dung này, Cục ĐCK đề nghị giữ nguyên theo Quy chế phát ngôn của Bộ và chức năng nhiệm vụ

		hoạt động truyền thông theo kế hoạch cũng như các hoạt động phát sinh theo yêu cầu của Lãnh đạo Bộ. - Chủ trì, phối hợp với các đơn vị trong Bộ chuẩn bị nội dung phục vụ Người phát ngôn của Bộ tham dự Hội báo thường kỳ Chính phủ; Chủ trì tổ chức và phối hợp với các đơn vị chuẩn bị các cuộc Hội báo thường kỳ Bộ Công Thương hàng quý và các cuộc hội báo theo chuyên đề, hội báo đột xuất; thực hiện điểm báo hàng ngày liên quan đến kế hoạch truyền thông và các nội dung liên quan về xăng E10. - Tham mưu, đề xuất và tổ chức các cuộc trả lời phỏng vấn của Lãnh đạo Bộ; đề nghị đại diện lãnh đạo các đơn vị thuộc Bộ phối hợp tham gia tọa đàm, trả lời phỏng vấn trên các phương tiện thông tin đại chúng theo chỉ đạo của Lãnh đạo Bộ liên quan đến xăng E10". Đề nghị chuyển phân công về Cục DCK và sửa lại như sau: "Chủ trì tổ chức triển khai các hoạt động phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và lĩnh vực chuyên môn được phân công; bảo đảm nội dung truyền thông bán sát mục tiêu, trọng tâm của Kế hoạch; Phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông xây dựng nội dung chi tiết sản phẩm truyền thông theo từng đề tài, lĩnh vực tuyên truyền được xác định trong Kế hoạch, đảm bảo hiệu quả và đúng định hướng; Tổ chức tổng kết, đánh giá kết quả công tác truyền thông, rút kinh nghiệm, đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả tuyên truyền trong giai đoạn tiếp theo". Văn phòng Bộ thực hiện 02 nhiệm vụ còn lại trong dự thảo.	của Văn phòng Bộ.	
5	Tập chí Công Thương	Thực hiện Công văn số 1848/CT-CQĐT ngày 21 tháng 11 năm 2025 của Cục Đối mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công, Bộ Công Thương về việc cho ý kiến đối với Dự thảo Kế hoạch truyền thông về lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu		

		sinh học với nhiên liệu truyền thông tại Việt Nam (xăng E10), sau khi nghiên cứu, Tạp chí Công Thương hoàn toàn đồng nhất với các nội dung trong dự thảo Kế hoạch truyền thông về Thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thông tại Việt Nam; triển khai công tác truyền thông liên quan đến lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thông tại Việt Nam (xăng E10).		
6	Vụ Pháp chế	- Đề nghị Quý Cục nghiên cứu sửa đổi tên gọi “Kế hoạch truyền thông” thành “Kế hoạch phổ biến” và các nội dung liên quan do Thông tư số 50/2025/TT-BCT đã được ban hành và đề tránh nhầm lẫn với nội dung truyền thông chính sách được thực hiện trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật. Việc phổ biến được thực hiện theo Luật Phổ biến, giáo dục pháp luật năm 2012 và các văn bản hướng dẫn. Theo tài liệu kèm theo có 02 dự thảo: Quyết định ban hành kế hoạch truyền thông về thông tư quy định lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thông tại Việt Nam (Thông tư số 50/2025/TT-BCT) và Quyết định ban hành kế hoạch truyền thông về lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thông tại Việt Nam (xăng E10). Vụ Pháp chế đề nghị Quý Cục xem xét lồng ghép 02 dự thảo thành 01 Quyết định do nội dung dự thảo cơ bản giống nhau. - Liên quan đến trách nhiệm tổ chức thực hiện, đề nghị Quý Cục rà soát để đảm bảo không chồng lấn chức năng, nhiệm vụ giữa các đơn vị liên quan	Đã tiếp thu, bổ sung ý kiến của Quý Vụ	
7	NXBB Công Thương	Mục 5 phần III. Các kênh truyền thông, đề nghị sửa tiêu đề mục như sau: 5.1. Đối với các kênh truyền thông báo chí chính thống thành Đối	Đã rà soát, tiếp thu bổ sung theo đề xuất	

		với các kênh truyền thông chính thống và bổ sung thêm 01 nội dung: “Xuất bản các ấn phẩm in và điện tử tuyên truyền về các cơ chế chính sách của Nhà nước về hỗ trợ, khuyến khích phát triển nhiên liệu sinh học, sử dụng xăng sinh học (nếu có) và các nội dung khác tuyên truyền về nhiên liệu sinh học”. Mục 8 phần III. Kế hoạch và kinh phí thực hiện, nội dung “Kinh phí được chi cho các hoạt động: xây dựng nội dung truyền thông, hợp báo, hội nghị, tọa đàm, talk show, sản xuất các dạng ấn phẩm báo chí (giấy, điện tử, phát thanh, truyền hình...), các loại hình báo chí (tin, bài, ảnh, video, clip, infographic, eMagazine...), quảng bá, khảo sát đánh giá và quản trị mạng xã hội...” đề nghị sửa như sau: Kinh phí được chi cho các hoạt động: xây dựng nội dung truyền thông, hợp báo, hội nghị, tọa đàm, talk show, sản xuất các dạng ấn phẩm báo chí (giấy, điện tử, phát thanh, truyền hình...), các loại hình báo chí (tin, bài, ảnh, video, clip, infographic, eMagazine...), xuất bản các xuất bản phẩm dạng in và điện tử; quảng bá, khảo sát đánh giá và quản trị mạng xã hội... Mục 4, phần IV, phần tên mục Các đơn vị báo chí thuộc Bộ Công Thương đề nghị sửa thành: Các đơn vị truyền thông thuộc Bộ Công Thương. Đề nghị bổ sung thêm 01 nội dung tại Mục 4, phần IV “Xuất bản các xuất bản phẩm in và điện tử phù hợp với nội dung tuyên truyền tại Kế hoạch.	
--	--	---	--