

Cá tra của Việt Nam lọt vào danh sách “Top Valu” tại các siêu thị Nhật Bản

22:28 22/07/2017

Hiện thực phẩm truyền thống giải nhiệt của Nhật Bản như lươn được bán nhiều tại các siêu thị. Nhân dịp này, siêu thị AEON Nhật Bản đã bán ra sản phẩm cá tra Việt Nam được chế biến và tẩm ướp theo gia vị món lươn truyền thống nước này.

Sản phẩm cá tra Việt Nam đã thâm nhập được nhiều thị trường khó tính của thế giới là Mỹ, châu Âu và đang dần chinh phục tại thị trường Nhật Bản.

Theo đánh giá của các doanh nghiệp từng xuất khẩu sản phẩm sang Nhật Bản, đây là thị trường sẵn sàng chấp nhận các sản phẩm xuất xứ từ Việt Nam, nhưng đưa ra một danh sách rất dài với những danh mục tiêu chí an toàn thực phẩm.

Ông Keisuke Hino, quản lý bộ phận hàng thủy sản AEON khu vực Bắc Kanto Niigata nêu rõ, để đạt được tiêu chuẩn “Top Valu”, các mặt hàng phải đáp ứng thị hiếu của khách hàng và được chế biến theo quy trình chặt chẽ của AEON đảm bảo độ tin cậy và chất lượng.

Các mặt hàng thuộc “Top Valu” phải đảm bảo được 5 tiêu chí: Sản phẩm được tạo ra theo thị hiếu người tiêu dùng; sản phẩm hướng tới sự an tâm của khách hàng bởi sự an toàn, thân thiện môi trường; thông tin cần thiết về sản phẩm được thể hiện đầy đủ, dễ hiểu; sản phẩm có giá thành hợp lý; có cam kết luôn làm hài lòng khách hàng.

Cũng theo ông Hino, sản phẩm cá tra Việt Nam được chế biến và tẩm ướp theo gia vị của món lươn truyền thống Nhật Bản, được bày bán tại siêu thị AEON từ tháng 6 năm nay, trong tương lai, AEON dự kiến có đề án mở rộng bán ra sản phẩm này.

Những mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản như cá tra, không chỉ hướng tới người tiêu dùng nước này, mà còn hướng tới nhu cầu của

người Việt Nam tại Nhật Bản, trong bối cảnh số lượng người Việt sinh sống và làm việc tại Nhật Bản đang không ngừng tăng lên. Đây cũng chính là mục tiêu của cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tại nước ngoài năm 2017.



Sản phẩm cá tra Việt Nam đã thâm nhập được nhiều thị trường khó tính của thế giới

Ông Nishitoghe Yasuo, Tổng giám đốc AEON Việt Nam cho hay, chất lượng hàng hóa của các nhà cung cấp Việt Nam đang ngày càng được cải thiện so với trước đây. Hiện có 1.675 nhà cung cấp Việt Nam đang cung cấp hàng cho hệ thống của AEON trên cả nước.

Trong thời gian qua, AEON đã rất tích cực xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam qua 14.000 cửa hàng của AEON tại châu Á và Nhật Bản. Chỉ tính riêng năm 2016, AEON đã nhập 200 triệu USD hàng hóa của Việt Nam để xuất đi các thị trường, trong đó riêng cá tra đạt 1.500 tấn với trị giá 9 triệu USD.

Theo đại diện Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP), gần đây, một số siêu thị lớn của Nhật Bản và một số cửa hàng nằm trong nhóm gồm 1.700 cửa hàng của hệ thống AEON có trưng bày bán sản phẩm cá tra Việt Nam.

Tuy nhiên, vấn đề hiện nay, để cá tra Việt Nam có thể tiếp cận với thị hiếu tiêu dùng Nhật Bản, không đơn giản là đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, mà còn phải có chiến lược thuyết phục người Nhật thay đổi khẩu vị từ việc chỉ ăn cá biển, sang thưởng thức một loại cá nước ngọt, da trơn, được tẩm ướp như cá tra Việt Nam.

Ngọc Linh