TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Làm thế nào để văn hóa ẩm thực trở thành thương hiệu quốc gia?

06:36 18/06/2022

Đề án "Xây dựng và phát triển văn hoá ẩm thực Việt Nam thành thương hiệu quốc gia, giai đoạn 2022 – 2024" do Hiệp hội Văn hóa Ẩm thực Việt Nam công bố khiến dư luận thực sự quan tâm, nhất là những người làm việc trong ngành du lịch. Vậy, làm thế nào để văn hóa ẩm thực thành thương hiệu quốc gia?

Theo Hiệp hội Văn hóa Ẩm thực Việt Nam thì đề án "Xây dựng và phát triển văn hoá ẩm thực Việt Nam thành thương hiệu quốc gia, giai đoạn 2022 – 2024" có lộ trình thực hiện theo từng năm.



Làm thế nào để văn hóa ẩm thực trở thành thương hiệu quốc gia? Ảnh minh họa internet.

Cụ thể, năm 2022, Hiệp hội dự kiến thu thập cơ sở dữ liệu 300 món tiêu biểu Việt Nam và xét chọn 100 món ẩm thực đặc sắc của các địa phương. Kết thúc năm 2022 sẽ là Liên hoan 100 món ăn đặc sắc Việt Nam, quy tụ các nghệ nhân

của 63 tỉnh thành, dự kiến phối hợp cùng Sở Du Lịch thành phố Hồ Chí Minh.

Năm 2023, thu thập dữ liệu 1.000 món ẩm thực và phát triển thành tổng tập dữ liệu ẩm thực Việt Nam. Sau đó, tổ chức chọn ra các món tiêu biểu, đặc sắc có tính phổ biến cao của các vùng miền để xây dựng “Mô hình kinh tế khởi nghiệp”. Mô hình tạo tiền đề cho thế hệ trẻ, các nhà đầu tư tiềm năng trong và ngoài nước đưa ẩm thực Việt Nam phát triển hơn trên “bản đồ” thế giới.

Năm 2024, thực hiện chuyển đổi số cơ sở dữ liệu thành “Bản đồ Ẩm thực Việt Nam", hướng đến xây dựng Bảo tàng Ẩm thực Việt Nam (bao gồm cả bảo tàng thật ngoài đời và định dạng ảo 3D) nhằm phục vụ du khách tham quan.

Đại diện Hiệp hội Văn hóa Ẩm thực Việt Nam và Liên minh chuyển đổi số (DTS) ký kết hợp tác tham gia Đề án “Xây dựng và phát triển văn hóa ẩm thực Việt Nam thành Thương hiệu Quốc gia, giai đoạn 2022 - 2024".

Đề án hướng đến mục tiêu tạo động lực thúc đẩy các doanh nghiệp kinh doanh ẩm thực, chuỗi cung ứng nguyên liệu trong ngành ẩm thực, theo hướng nâng cao chất lượng sản phẩm, giá trị văn hóa góp phần đa dạng hóa, tăng sức cạnh tranh của các sản phẩm ẩm thực.



Làm thế nào để văn hóa ẩm thực trở thành thương hiệu quốc gia? Ảnh minh họa internet.

Vị đại diện Hiệp hội Văn hóa ẩm thực Việt Nam thông tin, văn hóa ẩm thực Việt Nam là kho tàng di sản vô giá của Việt Nam, việc khảo sát, phát hiện, giới thiệu và thu thập dữ liệu của văn hóa ẩm thực Việt Nam là bước đệm để đưa thương hiệu Việt Nam ra thế giới thông qua văn hóa ẩm thực, thúc đẩy cạnh tranh quốc gia và là tiền đề của phát triển kinh tế Việt

Nam.

Kinh tế Việt Nam dựa vào nông, lâm, ngư nghiệp hiện nay còn đang phát triển riêng lẻ, chưa có sự kết nối, việc đưa văn hóa vào ẩm thực Việt Nam thành thương hiệu quốc gia sẽ là chất xúc tác liên kết các chuỗi cung ứng, sản xuất của nông, lâm, ngư nghiệp. Bên cạnh đó, thương hiệu quốc gia về văn hóa ẩm thực gắn với thương hiệu điểm đến về du lịch, góp phần phát triển kinh tế du lịch, thu hút khách quốc tế cũng như nhà đầu tư nước ngoài đến Việt Nam. Việc thu thập dữ liệu về văn hóa Việt Nam, tôn vinh bảo tồn văn hóa ẩm thực Việt Nam và phát triển thành thương hiệu quốc gia là cần thiết.

Hiệp hội Văn hóa ẩm thực Việt Nam sẽ sàng lọc bộ ẩm thực có khả năng đóng gói thành mô hình khởi nghiệp ẩm thực cho các hội viên, các doanh nghiệp vừa và nhỏ muốn tiếp cận mô hình khởi nghiệp. Cùng với đó, đề án nhằm tìm kiếm chất liệu để xây dựng Bảo tàng Ẩm thực Việt Nam, Bản đồ Ẩm thực Việt Nam. Đề án mong muốn đưa ẩm thực Việt Nam trở thành thương hiệu quốc gia trên bản đồ thế giới, tạo lập hình ảnh ấn tượng, đặc sắc, mang tính văn hóa, góp phần quảng bá du lịch qua văn hóa ẩm thực vùng miền để thu hút khách nội địa và quốc tế.

Hiệp hội Văn hóa ẩm thực Việt Nam được thành lập năm 2017, là nơi nghiên cứu, phát triển và bảo tồn giá trị văn hóa ẩm thực Việt Nam. Thời gian qua, Hiệp hội đã dần khẳng định vai trò với tầm nhìn và sứ mệnh kết nối, phát triển, mong muốn đưa văn hóa ẩm thực Việt Nam ra thế giới.

Ông Nguyễn Quốc Kỳ, Chủ tịch Hiệp hội Văn hóa ẩm thực Việt Nam nhấn mạnh: Đề án nhằm mang lại lợi ích cho nhiều đối tượng trong ba lĩnh vực chính: Đề cao khoa học dinh dưỡng, phát triển kinh tế ẩm thực và bảo tồn giá trị văn hóa ẩm thực. Đề án hướng đến mục đích nâng cao trình độ dân trí và hiểu biết về văn hóa, lịch sử, khoa học dinh dưỡng cho người dân bằng cách cung cấp nền tảng thông tin thực tế về nguồn gốc nguyên liệu, cách chế biến kết hợp các nguyên vật liệu và gia vị của những món ăn đặc sắc các vùng miền, phát huy những giá trị về dinh dưỡng của các món ẩm thực, phổ biến cho cộng đồng dân cư, doanh nghiệp kinh doanh, và trao truyền lại cho thế hệ sau.

C.H (t/h)