

Văn hóa ẩm thực góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thương hiệu du lịch quốc gia

10:34 22/10/2023

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, xác định văn hóa ẩm thực là một trong những dòng sản phẩm quan trọng, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thương hiệu du lịch quốc gia.

Tại buổi khai mạc Lễ hội Rạng danh văn hóa ẩm thực Việt vừa tổ chức tại TP. Hồ Chí Minh, Cục trưởng Cục Du lịch quốc gia Việt Nam (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) Nguyễn Trùng Khánh cho biết, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, xác định văn hóa ẩm thực là một trong những dòng sản phẩm quan trọng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thương hiệu du lịch quốc gia.

Ẩm thực Việt Nam đã chứng minh được sức hấp dẫn và sức lan tỏa trên toàn cầu, được đông đảo du khách và bạn bè quốc tế yêu mến, tôn vinh thông qua nhiều giải thưởng, danh hiệu uy tín. Trong 2 năm liên tiếp 2019 và 2020, Giải thưởng Du lịch thế giới World Travel Awards đã vinh danh Việt Nam là “Điểm đến ẩm thực hàng đầu châu Á”.

Tháng 6 vừa qua, thương hiệu nổi tiếng Michelin lần đầu tiên tổ chức Lễ công bố danh hiệu Michelin Việt Nam với danh sách 103 nhà hàng được tuyển chọn tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Cùng với đó, nhiều tạp chí du lịch, hãng truyền thông quốc tế thường xuyên ca ngợi các món ăn hấp dẫn của Việt Nam như: phở, bánh mì, bún chả, bún bò Huế, mì Quảng, bánh xèo, bánh cuốn...



Văn hóa ẩm thực góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thương hiệu du lịch quốc gia

Cục trưởng Nguyễn Trùng Khánh nhấn mạnh, trong thời gian qua, ẩm thực luôn là nội dung được Cục Du lịch quốc gia Việt Nam chú trọng giới thiệu trong các chương trình xúc tiến du lịch Việt Nam, Ngày Việt Nam ở nước ngoài, cũng như trong các cuộc gặp gỡ, làm việc với các đối tác quốc tế. Công tác truyền thông quảng bá du lịch ẩm thực được đẩy mạnh trên các nền tảng số như website, mạng xã hội.

Cục Du lịch quốc gia Việt Nam cũng thường xuyên đồng hành cùng các địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp trong xây dựng các sản phẩm du lịch ẩm thực có sức hút; tổ chức các chương trình tập huấn, cuộc thi nâng cao kỹ năng nghề bếp trong ngành.

Hiện nay, Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch quốc gia Việt Nam) đang phối hợp với nhãn hàng Maggi - Nestlé Việt Nam triển khai Đề án “Biến tấu - Vạn nguyên liệu, Nấu triệu món Việt”, xây dựng bản đồ công thức món ăn của 63 tỉnh, thành phố trên cả nước.

Lễ hội “Rạng danh Văn hóa ẩm thực Việt năm 2023” được tổ chức tại TP. Hồ Chí Minh - trung tâm du lịch lớn của cả nước vừa vinh dự đoạt giải thưởng “Điểm đến du lịch kinh doanh hàng đầu châu Á 2023” và “Điểm đến lễ hội và sự kiện hàng đầu châu Á 2023” cho thấy sự quan tâm sâu sắc của các cấp chính quyền TP. Hồ Chí Minh đến phát triển du lịch, cũng như sức hấp dẫn, năng động, tràn đầy năng lượng của ngành du lịch thành phố.

Cục trưởng Nguyễn Trùng Khánh tin tưởng rằng, Lễ hội sẽ là dịp tôn vinh nghề bếp, lan tỏa lòng đam mê ẩm thực trong mỗi người dân và trở thành một điểm nhấn thu hút khách du lịch trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

Cục Du lịch quốc gia Việt Nam sẽ luôn ủng hộ, đồng hành cùng các địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp, các đầu bếp, nghệ nhân trên toàn quốc trong các hoạt động xây dựng giá trị thương hiệu ẩm thực Việt Nam và xúc tiến quảng bá rộng rãi trong và ngoài nước.

Nhân dịp này, Tổ chức Kỷ lục Việt Nam đã công bố Quyết định xác lập Kỷ lục Việt Nam và trao kỷ lục “Bản đồ trực tuyến có số lượng món ăn Việt Nam nhiều nhất được đóng góp bởi cộng đồng” cho Trung tâm Thông tin du lịch - Cục Du lịch quốc gia Việt Nam và nhãn hàng Maggi - Công ty TNHH Nestlé Việt Nam.

Tại lễ hội, Ban tổ chức đã cho ra mắt Bản đồ ẩm thực Việt Nam giai đoạn 2 với 126 món ngon từ 63 tỉnh thành (giai đoạn 1 là 63 món ăn). Đến nay, Bản đồ ẩm thực Việt Nam đã có tổng cộng 189 món ăn. Bản đồ ẩm thực Việt Nam được thực hiện bởi hàng trăm đầu bếp tham gia, được trưng bày bằng mô hình tại khuôn viên Hội trường Thống Nhất để phục vụ khách tham quan.

Minh Anh (T/h)