

Nhớ mùi nước mắm quê, bèn gầy dựng hãng nước mắm ở Mỹ

Đằng-Giao/Người Việt

WESTMINSTER, California (NV) – Nước mắm thơm ngon là niềm đam mê mà ông Phạm Thế Cường, một kỹ sư 25 năm của hãng Apple Inc., theo đuổi trong nhiều năm. Như mọi thuyền nhân Việt Nam, cuộc đời ông Cường gắn liền với những chiếc thuyền, nhưng ông lại đi xa hơn với một con thuyền khác.



Thuyền đỏ Red Boat quanh Phú Quốc, nơi có cá cơm than ngon nhất.

(Hình: Andrew Bordwin)

Ông kể: “Ký ức thời ấu thơ của tôi mặn mà hương vị nước mắm nhĩ Phú Quốc. Hồi tôi còn nhỏ, mẹ tôi chỉ nấu ăn bằng nước mắm này.”

Do vậy mà trước sau như một, ông Cường một lòng khôi phục lại một sản phẩm quốc hồn, quốc túy đã từ lâu thiếu vắng trên thương trường hải ngoại.

Hương vị nước mắm nhĩ Phú Quốc

Vượt biên năm 1979, ông mang trong đầu những bữa cơm thịt kho “dậy mùi” mẹ nấu trong những chiều mưa quê nhà. Ở Mỹ, trong thâm tâm, ông luôn khao khát không khí hạnh phúc gia đình quây quần quanh mâm cơm đậm ấm của những ngày đã qua.

“Qua Mỹ, vô chợ, tôi thấy hàng chục loại nước mắm, tên Việt có, tên Anh có, nhưng tôi không tìm được nước mắm nhĩ ngon như ngày xưa nữa,” ông kể. “Tôi thất vọng lắm.”

Thời gian đã lâu, nhưng không bôi xóa được hương vị những bữa ăn đậm đà quê nhà năm xưa.

Bảo lãnh mẹ sang Mỹ năm 1990, hai mẹ con ông đều đồng ý là những món ăn bà làm không ngon như xưa nữa dù bà không đổi công thức. Mãi sau, ông mới biết chắc chắn đó là vì không có nước mắm ngon như năm xưa.

Ông biết muốn có món ăn ngon, phải có nước mắm ngon.

Năm 2005, ông về Phú Quốc, ghé thăm “nhà thùng” và mua tặng mẹ mấy chai nước mắm nhĩ. “Đem qua đây, nếm xong, mẹ tôi mừng muốn khóc,” ông hồi tưởng. “Đúng là nước mắm ngày xưa rồi.”

Khi thấy mẹ mình khư khư cất giữ mấy chai nước mắm như bảo vật, không dám thoải mái dùng vì sợ hết; ông biết rằng ông phải sản xuất nước mắm này và đưa qua Mỹ. “Tôi không muốn trở thành nhà sản xuất chỉ vì tiền mà vì tôi muốn làm nước mắm ngon cho mọi người,” ông bày tỏ.

Mẹ ông cũng đóng một vai trò quan trọng trong quyết định này của ông.

“Lý do quan trọng nhất là làm mẹ tôi vui,” ông tâm sự. “Lý do thứ nhì là có nước mắm ngon thì gia đình, con cái mình được ăn ngon.”

“Hơn nữa, nước mắm Việt Nam quá ngon mà sao mình không phổ biến cho thế giới,” ông tiếp.

Phải chăng đây cũng là công thức làm nước mắm của ông? Lòng hiếu thảo, lòng thương yêu gia đình, nỗi hoài niệm, một chút tự hào dân tộc, một chút cầu toàn?



“Nhà Thùng” Red Boat với thùng chứa bằng gỗ để giữ nguyên truyền thống.

(Hình: Tiffany Phạm cung cấp)

Bốn năm mới sản xuất được “như mùi nước mắm quê”

Ngay năm 2005, ông Cường hợp tác với một “nhà thùng,” một lò nước mắm tại Phú Quốc, và năm sau, 2006, bắt đầu sản xuất. “‘Nhà thùng’ nhỏ nên lúc đầu, chúng tôi sản xuất ít thôi,” ông nói. “Tôi thích sản xuất kiểu thủ công cổ truyền.”

Bốn năm đầu, trong thời gian thử nghiệm, phẩm chất nước mắm chưa đúng với yêu cầu quá cao của ông. Phải một thời gian nữa, sau khi tỉ mỉ chỉnh sửa, đến năm 2009, ông mới cảm thấy vừa ý.

Ông muốn Red Boat, thương hiệu của ông, phải là nước mắm nguyên chất và tinh khiết nhất thế giới. Red Boat phải là một sự hòa quyện vô cùng tinh tế của thịt, xương cá cơm than với muối và thời gian mà thôi.

Từ những tặng phẩm thiên nhiên của biển, ông đã biến thành những giọt nước mắm đậm đà ánh vàng sóng sánh, chất chứa bao nhiêu tinh hoa văn hóa ẩm thực của tổ tiên; bởi vì, với ông, nước mắm là quê hương, nước mắm là tuổi thơ, là kỷ niệm. Nước mắm tượng trưng cho những ngày êm đềm một thuở đã qua.

“Nước mắm thì vô số trên thương trường tại Mỹ nhưng nước mắm chính gốc Phú Quốc, tôi tìm hoài không có. Bởi vậy tôi mới quyết định tự sản xuất,” ông Cường nói.

Nước mắm của ông phải đạt những tiêu chuẩn cao nhất, khó khăn nhất.

Cá cơm lưới lên quanh Phú Quốc phải được ướp muối ngay lập tức để giữ độ tươi ngọt. “Vừa kéo lưới lên, sau khi loại bỏ ‘cá tạp,’ chúng tôi ướp cá liền rồi cho vô hầm. Muối chúng tôi sử dụng cũng là loại muối biển tinh khiết cao cấp,” ông nói. “Sau đó chúng tôi ‘ủ chượp’ tức là làm cho cá lên men, ít nhất là 12 tháng.”

Ông nhấn mạnh: “Vì công thức của chúng tôi rất đơn giản nên chúng tôi phải cẩn thận theo dõi mọi bước trong từng công đoạn. Càng đơn giản, người ta càng dễ làm sai.”

Chính vì đơn giản nên từng bước phải hết sức chính xác.

Ngay cả những thùng chứa cá để “ủ chượp” cũng phải được đóng bằng gỗ trong rừng tại địa phương như bời lờ, vên vên, trai hay mè điếc.

Dù từng là một kỹ sư cho hãng Apple tại Mỹ, nhưng ông Cường lại không thích cơ khí hóa cơ sở của mình mà lại muốn “nhà thùng” của Red Boat hoạt động theo kiểu thủ công truyền thống.

Đây là một quyết định táo bạo giữa thời buổi mà máy móc, cơ khí, điện toán đã len lỏi vào mọi góc ngách đời sống vì tiện lợi hơn và nhanh chóng hơn nhiều. Hơn ai hết, vị cựu kỹ sư biết quá rõ điều này. Nhưng ông cương quyết muốn Red Boat phải

là nước mắm truyền thống đã làm đậm đà bữa cơm Việt Nam từ bao đời nay để có thể đạt được phẩm chất mà nước mắm Phú Quốc được ca ngợi từ trước đến giờ.

Ông cười: “Nước mắm truyền thống Phú Quốc quá tuyệt vời xưa nay. Tôi muốn bảo vệ, duy trì và phát triển món ngon truyền thống này.”



“Phamily Red Boat,” từ trái, Tiffany Phạm, Cường Phạm và Tracy Phạm.

(Hình: Tiffany Phạm cung cấp)

Độ đậm cao nhất

Chính vì vậy mà Red Boat phải hoàn toàn do thịt, xương cá hòa tan vào muối mà ra chứ tuyệt nhiên không có một giọt nước nào cả.

Chính nhờ vậy mà chỉ trong một thời gian ngắn, Red Boat đã trở nên vượt trội trên thương trường ở Mỹ cũng như khắp nơi trên thế giới.

Chính nhờ vậy mà chỉ trong một thời gian ngắn, Red Boat đã trở thành lựa chọn duy nhất của nhiều đầu bếp nổi danh hàng đầu trên thế giới. Chính những đối thủ của Red Boat phải công nhận rằng nhờ Red Boat mà nước mắm Việt Nam mới thực sự có tên trong công thức nấu nướng của các nhà hàng hàng đầu được phong tặng sao Michelin.

Không chỉ người Á Châu mê Red Boat, ngay cả những cựu quân nhân Mỹ từng tham chiến tại Việt Nam cũng rất ngạc nhiên khi tìm được hương vị cũ.

Tại sao vậy?

Ông Cường khẳng định: “Red Boat có độ đậm là 40°N (40 gram Nitrogen trong một lít). Và vì làm bằng phương pháp truyền thống nên hương vị rất thanh khiết.”

Một trong những lý do để Red Boat có độ đậm cao hàng đầu như vậy là vì hãng này chỉ dùng nước mắm nhĩ, còn gọi là nước mắm cốt mà tiếng Anh là “first press.”

“Red Boat hoàn toàn là nước mắm nhĩ, là ‘first press,’” ông Cường khẳng định. “Đó là lý do Red Boat luôn có hàm lượng đạm cao.”

Độ đậm càng cao, nước mắm càng thơm ngon.

Mãi về sau, Red Boat mới có loại “nước hai” (“second press”). Loại này rẻ hơn và được dán nhãn màu trắng để khách hàng dễ dàng phân biệt với loại thượng hảo hạng.

Nhà sản xuất không muốn có sự nhầm lẫn giữa “nhĩ nhất” với “nhĩ hai.”

Tuy loại hai không thể bì với loại nhất nhưng vẫn là nước mắm ngon.



Ông Phạm Thế Cường (thứ ba, từ phải) cùng một nhóm nhỏ nhân viên Red Boat tại Phú Quốc. (Hình: Denis Bissonnette)

Nước mắm ngon không được có mùi

Ông nói: “Sau khi thấy nước mắm đã ổn định và đạt được tiêu chuẩn khó khăn của tôi, tôi mới sản xuất hàng loạt, nhưng vẫn giữ tính chất thủ công.”

Vượt qua bao thử thách khó khăn, mãi đến năm 2011, Red Boat đã thực sự có đủ phẩm lượng để đi vào thương trường với đầy đủ uy tín.

Nước mắm ngon, theo ông Cường, sẽ làm làm tăng thêm hương vị món ăn. “Khi dùng nước mắm ngon, món ăn sẽ thơm lừng, sẽ ‘dậy mùi,’” ông nói.

Ông nhấn mạnh: “Với tôi, nước mắm ngon không được có mùi, không được làm hôi nhà mà chỉ làm tăng thêm mùi vị món ăn thôi.”

“Có nhiều phụ nữ gốc Việt lấy chồng ngoại quốc và không được nấu món nào có nước mắm trong nhà. Nhưng từ khi có Red Boat, họ rất mừng vì có thể nấu món Việt Nam một cách thoải mái vì không có mùi gì cả,” ông kể.

Ông tự hào: “Đó là đặc điểm của Red Boat. Chỉ làm tăng hương vị món ăn thôi.”

Làm tăng hương vị món ăn là điều kiện ông muốn Red Boat phải đạt được. “Cho một chút Red Boat vô thịt heo thì mùi thịt heo thơm nức. Hoặc giả, cho một chút Red Boat vô đĩa rau xào thì mùi rau lại nổi bật lên,” ông Cường hãnh diện nói.

Ông chia sẻ thêm một chuyện: “Hồi còn sống, cha tôi rất thích ăn ‘steak.’”

Vì thế, ông nghĩ đến chuyện chế ra Red Boat dạng muối để ướp thịt.

Ông thường mua “steak” ở Costco về làm cho cha. Ông hãnh diện kể: “Một lần cha tôi hỏi, ‘Thịt bữa nay mua ở đâu mà ngon vậy?’ Tôi trả lời vẫn mua ở Costco như mọi bữa thôi cha.’ Cha tôi nhai một miếng nữa rồi nói, ‘Kỳ này Costco bán thịt ngon ghê’ làm tôi rất vui vì bữa đó tôi ướp thịt bằng muối ướp Red Boat.”

Nói về lý do Red Boat không nặng mùi nước mắm cổ hũu, ông giải thích: “Trong ngành computer có câu ‘Garbage in, garbage out’ (GIGO), nghĩa là nếu làm việc dựa trên một khái niệm không hoàn chỉnh thì kết quả sẽ không thể tốt đẹp được. Cũng như, cho rác vô thì chỉ nhận được rác là chuyện tất nhiên.”

Đó là lý do Red Boat chỉ dùng toàn nguyên liệu tươi nhất, tinh chất nhất và “ủ chượp” bằng phương cách vệ sinh nhất. “Hơn nữa, cá cơm của Red Boat được ướp muối biển thượng hạng khi còn tươi nên không thể có mùi hôi,” ông nói.

Nhận nước mắm từ Phú Quốc, trong thời gian đầu, ông bán “online” từ nhà.

Ông nói: “Thời gian đầu chỉ có vài chợ bán Red Boat thôi, nhưng tôi bán ‘online’ khá nhiều.”

Tiffany Phạm, cô con gái út của ông Cường, còn nhớ rất rõ những ngày phơi thai của Red Boat.

Cô góp chuyện: “Cháu nhớ lúc đó cả nhà quây quần lại giúp ba cháu. Người thì ném coi đủ ngon chưa, người thì phụ đóng gói dưới ‘garage.’ Cả gia đình phụ nhau. Vui lắm.”

Nói về nguyên liệu tự nhiên của nước mắm Red Boat, cô nghiêm giọng: “Red Boat quá ngon nên không cần ‘trộn’ sau lưng bất cứ chất điều vị hay chất bảo quản nào cả. Red Boat nguyên chất 100%.”



“Red Boat Concentrated Nước Chấm” sản phẩm mới nhất của công ty Red Boat.

(Hình: Marie Buck)

Gắn bó với những con thuyền

Như mọi thuyền nhân Việt Nam, cuộc đời ông Cường gắn liền với những chiếc thuyền. Năm 1979, ông lên đường vượt biên bằng thuyền đánh cá.

Năm 2011, con thuyền có cánh buồm đỏ Red Boat của ông đã vượt hải phận Thái Bình Dương để trở thành thương hiệu quen thuộc của những đầu bếp thượng thặng thế giới tại những nhà hàng đoạt danh hiệu Michelin cao quý như State Bird Provisions và Mister Jius ở San Francisco, California; Le Bernadin ở New York và Tim Raue ở Berlin, Đức.

Nhờ con thuyền thay đổi cuộc đời, ông Cường chọn tên Red Boat làm thương hiệu cho mình. Ông nói: “‘Boat’ là vì tôi từng là ‘boat people,’ là thuyền nhân, còn ‘red’ là vì đây là màu của sự may mắn, của sự phát triển.”

Nhờ cánh buồm Red Boat, nước mắm nhĩ, linh hồn ẩm thực Việt Nam, đã hòa quyện vào văn hóa ẩm thực thế giới, từ Hoa Kỳ, Pháp, Đức, Ý, Tây Ban Nha đến tận những nơi chốn xa xôi.

Niềm vui của sáng lập viên công ty Red Boat Phạm Thế Cường không phải là số lít nước mắm bán ra ngày một tăng dần hàng năm, mà niềm vui của ông là được thấy khách tiêu thụ trân trọng sản phẩm của mình. “Tôi rất mừng khi các cụ nhận xét rằng Red Boat cũng y như nước mắm nhĩ Phú Quốc hồi xưa,” ông chia sẻ. “Đó là niềm vui, niềm hạnh phúc to lớn nhất cho tôi.”

Ông vui lắm khi lúc đầu, khi Red Boat chỉ mới được bày bán ở vài chợ, các cụ rủ nhau khệ nệ mua từng thùng. Ông cười: “Hồi đó, mỗi thùng chỉ có sáu chai thôi nên các cụ cứ rủ nhau cùng đi mua về để dành, sợ mai mốt hết thì không còn để mua.”

Nhìn các cụ khó khăn khuôn từng thùng nước mắm bước ra khỏi chợ, ông biết ông đã sản xuất được một sản phẩm có giá trị.

Bây giờ, Red Boat đã có mặt ở mọi nơi xa gần.

Tại Mỹ, nước mắm Red Boat được bày bán tại các chuỗi siêu thị tầm vóc như Dean & DeLuca, Whole Foods Market, Trader Joe's và Costco Wholesale cũng như tại các siêu thị Á Châu.

Theo dự trù của ông Cường, nước mắm Red Boat sẽ bước vào thị trường Trung Đông trong một ngày thật gần.

Không biết cánh buồm Red Boat sẽ đi đến nơi nào trên thế giới, chỉ mong nước mắm này sẽ mãi là món quà văn hóa ẩm thực thuần Việt quý báu từ thiên nhiên, là tinh hoa chất lọc từ lòng đại dương Việt Nam. [qd]

- *Bài đăng trên Giai Phẩm Người Việt Xuân Tân Sửu 2021*

Nguồn: <https://www.nguoi-viet.com/tet-2021-toyota/nho-mui-nuoc-mam-que-ben-gay-dung-hang-nuoc-mam-o-my/>

Chuyển Đến: Trần Ngọc - Tran Ngoc <muathungoc@gmail.com>

www.vietnamvanhien.org

