

Unilever Việt Nam: Hướng đến sự phát triển bền vững

03:46 10/01/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Unilever là tập đoàn toàn cầu duy nhất liên tục đứng đầu trong danh sách các doanh nghiệp phát triển bền vững của GlobesScan and SustainAbility Leaders trong vòng hơn một thập kỷ qua, đó là sự định hướng của tập đoàn Unilever và mỗi doanh nghiệp tại từng quốc gia. Để kinh doanh phát triển thành công tại Việt Nam, Unilever Việt Nam đã có những điều chỉnh phù hợp trong cách tiếp cận, phát triển phương thức triển khai cũng như cách tối ưu hiệu quả để thích ứng.

Kinh tế tuần hoàn nhựa gắn liền với bảo vệ môi trường

Rác thải nhựa là một trong những mối quan tâm hàng đầu của Unilever Việt Nam khi triển khai, đa số sản phẩm của các nhãn hàng OMO, Comfort, Sunlight, Cif của Unilever Việt Nam đã chuyển sang bao bì được sản xuất từ nhựa tái sinh PCR thân thiện với môi trường và tốt cho sức khỏe người tiêu dùng. Tính đến nay, 63% bao bì của Unilever Việt Nam đã có thể tái chế, 52% lượng nhựa nguyên sinh được cắt giảm nhờ tiết kiệm bao bì hoặc thay thế bằng nhựa tái chế .

Tuy nhiên, Unilever Việt Nam xử lý rác thải nhựa cần có sự chung tay, góp sức, thay đổi nhận thức của toàn cộng đồng. Năm 2020, công ty đã phối hợp với Bộ Tài nguyên và Môi trường để triển khai dự án kinh tế tuần hoàn, các mô hình thu gom rác thải nhựa trong cộng đồng và truyền thông nâng cao nhận thức, thay đổi thói quen về việc phân loại rác tại nguồn cho người dân. Unilever Việt Nam đã phối hợp với các doanh nghiệp ký kết sáng kiến “Hợp tác công tư xây dựng kinh tế tuần hoàn trong quản lý rác thải nhựa (PPC)”. Đến nay, PPC đã có 28 thành viên bao gồm các công ty tư nhân, nhà tái chế/ thu gom, các tổ chức, hiệp hội, chính quyền địa phương như Duy Tân, Viet Cycle, Hội Phụ nữ, Đoàn Thanh niên, các đối tác phân phối bán lẻ như Central Retail'.



Hoạt động khuyến khích phân loại rác tại quận 7

Hiện nay, các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn và hạn chế về nguồn lực khi thực hiện tầm nhìn bền vững, Unilever Việt Nam tập trung hợp tác cùng các đối tác, nhà cung cấp để cùng phát triển, thực hiện giải pháp giúp đưa phát thải khí carbon trong toàn chuỗi giá trị về 0. Điều này đồng thời góp phần xử lý hơn 75% dấu vết carbon đến từ nguyên vật liệu đầu vào và các hoạt động bên ngoài hàng rào trong chuỗi cung ứng của Unilever Việt Nam

Bên cạnh đó, Unilever Việt Nam còn ứng dụng các giải pháp giảm phát thải tại các nhà máy của và một số nhà máy của bên cung ứng thứ ba, đồng thời doanh nghiệp tổ chức các sự kiện thường niên về phát triển bền vững cho các đối tác trong chuỗi cung ứng. Từ đó, hơn 200 nhà cung ứng đã cam kết sẽ đồng hành với công ty trong chiến lược toàn cầu đưa phát thải ròng về 0 đến năm 2039.

Không dừng lại ở việc cắt giảm xả thải, Unilever Việt Nam và nhãn hàng OMO tại Việt Nam còn tập trung vào các hoạt động trồng cây gây rừng, “Hành động vì một Việt Nam xanh”, hướng tới mục tiêu trồng 1 triệu cây xanh giai đoạn 2021 - 2025. Tháng 9 năm 2023, Unilever Việt Nam đã phối hợp cùng Trung tâm Truyền thông tài nguyên và môi trường, Bộ Tài nguyên và Môi trường trao tặng 250.000 cây cho UBND thị xã Nghĩa Lộ, tỉnh Yên Bái, đóng góp thêm vào con số 690.000 cây

xanh, 60.000 hạt giống đã được gieo trồng tại 19 tỉnh thành và 9 vườn quốc gia trên cả nước.

Vì mục tiêu sức khỏe và an sinh xã hội

Bên cạnh việc bảo vệ, cải thiện sức khỏe con người cũng là một trong ba trụ cột chính trong khung chiến lược phát triển bền vững chung của Unilever toàn cầu. Trong gần ba thập kỷ hoạt động tại Việt Nam, Unilever đã không ngừng thúc đẩy các hoạt động tăng cường sức khỏe và điều kiện vệ sinh cho người dân.

Tiêu biểu, thông qua các chương trình như “Rửa tay với xà phòng vì một Việt Nam khỏe mạnh hơn”, “P/S bảo vệ nụ cười Việt Nam”, Unilever Việt Nam đã thành công nâng cao nhận thức về thói quen giữ gìn vệ sinh, cải thiện sức khỏe và vệ sinh. Tháng 6 năm 2023, Unilever Việt Nam và Bộ Y tế đã tiến hành ký kết chương trình hợp tác chiến lược “Vì một Việt Nam khỏe mạnh và bền vững” 2023-2028, với mục tiêu nâng cao điều kiện vệ sinh và sức khỏe cho 15 triệu người dân trên toàn quốc.



Đại diện các đơn vị cam kết với ngành y tế đẩy mạnh truyền thông, nâng cao nhận thức về việc rửa tay với xà phòng

Cùng với đó, chương trình “Trường học xanh sạch khỏe” do Unilever Việt Nam cùng 5 nhãn hàng VIM, Lifebuoy, OMO, P/S, Pureit hợp tác chiến lược với Bộ Giáo dục và Đào tạo triển khai trong giai đoạn 2021 - 2025 cũng đang cho thấy những con số tích cực trên hành trình xây dựng môi trường học tập an toàn, vệ sinh cho các em học sinh tiểu học. Tính đến cuối năm 2023, chương trình đã

góp phần cải thiện môi trường vệ sinh cho 330 trường học, xây dựng và tạo thói quen vệ sinh tốt cho gần 231.000 học sinh tại hơn 30 tỉnh, thành phố trên cả nước

Năm 2023, Unilever Việt Nam và nhãn hàng Sunlight, phối hợp cùng Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đã tiếp tục hỗ trợ, thông qua chương trình “Phụ nữ Việt tự tin làm kinh tế”. Chương trình đã mang đến các kiến thức kỹ năng thiết thực và nguồn vốn hỗ trợ cho hành trình khởi nghiệp của chị em phụ nữ trên khắp cả nước. Liên tục trong 4 năm kể từ năm 2020 đến nay, chương trình “Phụ nữ Việt tự tin làm kinh tế” đã được triển khai ở 32 tỉnh thành trên cả nước, tập huấn nâng cao năng lực kiến thức cho hơn 100.000 chị em phụ nữ, hỗ trợ cấp vốn và trao giải cho hàng trăm sáng kiến kinh doanh tiêu biểu.

Bên cạnh đó, Unilever Việt Nam hướng đến giáo dục sự tự tin về ngoại hình cho trẻ em, giúp các em phát triển tốt hơn về mặt tâm lý, từ đó có thể phát huy hết tiềm năng bản thân. Dự án “Nâng cao nhận thức giá trị bản thân - Dove Self-Esteem Project” được Unilever Việt Nam, nhãn hàng Dove phối hợp với Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam, Trung tâm Giáo dục và Phát triển (CED) triển khai thí điểm từ tháng 9/2023 đến tháng 01/2024. Trọng tâm của dự án là xây dựng và Việt hóa bộ tài liệu mang tên “Tôi tự tin”, tập huấn cho 150 giáo viên nòng cốt từ 15 trường THCS trên địa bàn thành phố Hà Nội, tỉnh Khánh Hòa và Sóc Trăng, tiến hành giáo dục thí điểm dựa trên bộ tài liệu cho 10.000 học sinh THCS tại địa bàn.

ĐƠN VỊ CHỈ ĐẠO

Nhân Dân

BAO NHÂN DÂN - TỔNG HỘI CỦA BAN LÃI
TRUNG ƯƠNG VÀ NHÂN DÂN VIỆT NAM



BỘ TƯ ĐỒNG
THƯỜNG BINH VÀ SÀI HỒI



BỘ TƯ NGUYÊN
VÀ HỒI TƯỞNG



BỘ KHOA HỌC
VÀ CÔNG NGHỆ

ĐƠN VỊ
CHỈ ĐẠO TỔ CHỨC

Nhân Dân

BAO NHÂN DÂN - TỔNG HỘI CỦA BAN LÃI
TRUNG ƯƠNG VÀ NHÂN DÂN VIỆT NAM

Lễ Trao Giải

Giải thưởng hành động vì cộng đồng

Human Act Prize 2023

Hà Nội, Ngày 11.12.2023

Nhà hát Hồ Gươm



*Dự án kinh tế tuần hoàn nhựa của Unilever đạt giải thưởng dự án bền vững tại Human Act Prize
2023*

Trải qua 30 năm hoạt động, đối mặt với không ít bài toán khó khăn trong bối cảnh thị trường biến động, Unilever Việt Nam vẫn đang thể hiện được tầm nhìn sâu rộng và cam kết trên hành trình phát triển bền vững. Bà Nguyễn Thị Bích Vân, Chủ tịch Unilever Việt Nam cho biết; lý tưởng của chúng tôi là phát triển bền vững đến từng nhà, từng ngõ ngách. Phát triển bền vững không chỉ xuất hiện tại Unilever, mà cả một đất nước và xã hội phải phát triển thì doanh nghiệp mới phát triển”, với cam kết đó, Unilever Việt Nam sẽ tiếp tục gặt hái những “trái ngọt” trên hành trình phát triển bền vững, kiến tạo cuộc sống tốt đẹp hơn cho hơn 90 triệu người dân Việt Nam.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/unilever-viet-nam-ba-muoi-nam-xay-dung-va-phat-trien>