

نظمت حدث "خطة يونيليفر للعيشة المستدامة - التحديث الثالث" في غرفة دبي

حملات 'يونييفر' تصل إلى 32.2 مليون مستهلك في المنطقة والشركة توفر حوالي

20.8 مليون درهم إماراتي عبر برامجها البيئية

• الشركة توقع مذكرة تفاهم مع شركة كهرباء ومياه الشارقة (SEWA) لتتقيد المستهلكين حول ترشيد استهلاك المياه

دبي - 25 مايو، 2015: أعلنت 'يونييفر'، إحدى الشركات الرائدة عالمياً في توزيع السلع الاستهلاكية (FMCG) وصاحبة علامات تجارية عالمية مثل 'ليببتون' و'دوف' و'لايفبوي'، عن أحدث نتائج خطة يونيليفر للعيشة المستدامة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وذلك خلال حدث خاص أُقيم في غرفة دبي في ديرة. وحضر الحدث عدد من صنّاع القرار في 'يونييفر' بالإضافة إلى كبار شخصيات القطاع العام وشركاء المجتمع المدني المستدام. وسلط الحدث الضوء على العديد من المواضيع أبرزها موضوع توحيد الجهود بين القطاعين العام والخاص وتوطيد العلاقات طويلة الأمد بينهما لتحقيق نتائج إيجابية ومؤثرة ومستدامة.

وتتمحور خطة 'يونييفر' للعيشة المستدامة حول تنمية أعمال 'يونييفر' مع زيادة الأثر الاجتماعي الإيجابي وفي الوقت عينه تخفيض التأثيرات البيئية الناتجة عن ذلك بنسبة النصف من جهة أخرى. وساعدت الخطة على نمو عدد من منتجات يونيليفر التي لها تأثير مجتمعي كبير، حيث نجحت الشركة بتخفيض القيمة المالية للإنتاج عبر تقليل التأثير البيئي لعمليات التصنيع وتحسين سبل المعيشة للألاف من الأشخاص وذلك في سلسلة القيمة الخاصة بها من المصدر إلى الاستهلاك.

وقال سانجيف كاكار، نائب الرئيس التنفيذي لشركة 'يونييفر' منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا وروسيا وأوكرانيا و بيلاروسيا: "تركز خطة 'يونييفر' الشرق الأوسط للعيشة المستدامة على تعزيز نمو الأعمال التجارية بطريقة مسؤولة ومدروسة حيث تؤثر إيجاباً على التغيير الاجتماعي والبيئي. كما أننا ندرك أن نجاح الأعمال التجارية المستدامة يتطلب اتجاهاً مماثلاً يحافظ على البيئة من جهة ويساعد على تمكين وتعزيز قدرات وأهداف الشركاء وأصحاب المصلحة. نحن فخورون بالتقدم الكبير الذي شهدناه لغاية الآن والذي يضاعف ثقتنا بتحقيق أهدافنا للعام 2020 بالتعاون مع شركائنا المستدامين. وتشمل هذه الأهداف تحسين وضع الصحة والنظافة لأكثر من 50 مليون شخص من خلال استخدام منتجات 'يونييفر' وخفض التأثير البيئي للشركة من خلال تثقيف المستهلكين والوصول إلى عملية تصنيع مثالية، بالإضافة إلى تعزيز سبل العيش للألاف من الأشخاص عبر توفير فرص التعليم، والتدريب والعمل. كما أننا مستمرين بالعمل على إيجاد حافز قوي يدفعنا لابتكار أعمال هادفة."



وبعد مرور ثلاثة أعوام على إطلاق خطة يونيليفر للمعيشة المستدامة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وصلت حملة الصحة والنظافة لشركة 'يونيليفر' الشرق الأوسط إلى حوالي 19 مليون مستهلك وحققت حركة مبيعات تزايدية (iTO) تقدر بحوالي 7 مليون يورو (28.65 مليون درهم إماراتي) ناتجة عن مبيعات علامات 'سيجنال' و'لايفبوي' التابعة للشركة.

وعلى الصعيد البيئي، شهدت شركة 'يونيليفر' الشرق الأوسط زيادةً في حجم انتاجها بنسبة 31% مقارنةً بالعام 2008 بينما تقلصت آثارها البيئية بشكلٍ كبير بنفس الوقت، حيث انخفضت نسبة استهلاك الطاقة بنسبة 26% جيجاغول في الطن الواحد (26% GJ per tonne) ما يعادل حوالي 75,000 طن من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون أو ما يشابه إزالة حوالي 16,270 سيارة عن الطريق. هذا الانخفاض أدى إلى توفير حوالي 5 مليون يورو (حوالي 21 مليون درهم إماراتي).

كما خفضت شركة 'يونيليفر' الشرق الأوسط من استهلاك المياه بنسبة 5% متر مكعب في الطن الواحد، ودعمت هذا التوجه عبر حملة 'منقذي المياه' التوعوية والتي تركز على ترشيد استهلاك المياه. ونجحت الحملة بالوصول إلى 13.5 مليون مستهلك مما أدى إلى حركة مبيعات تزايدية (iTO) تقدر بـ 2,278,744 يورو (حوالي 9.54 مليون درهم إماراتي) ناتجة عن مبيعات منتجات النظافة مثل 'لكس شاورجيل'، و'لكس سنلايت'، و'كومفورت' و'لايفبوي'. وقد وصل حجم مبيعات هذه المنتجات إلى حوالي 5,300 طن منذ إطلاق الحملة في العام 2013.

ومن جهة أخرى، نجحت مصانع شركة 'يونيليفر' الشرق الأوسط التسعة بالإضافة إلى المقر الرئيسي للشركة في دبي بتخفيض نسبة إنتاج النفايات إلى صفر، كما تم تخفيض حجم النفايات غير الخطرة والتي تتضمن تلك الخاصة بعمليات الإنتاج بنسبة 64% بشكلٍ عام.

وعملت 'يونيليفر' على تعزيز سبل العيش حيث أطلقت عدد من المبادرات والبرامج التي تندرج تحت مظلة 'خطة يونيليفر للمعيشة المستدامة'. وحققت هذه البرامج حركة مبيعات تزايدية وصلت إلى 13,919,780 يورو (حوالي 58 مليون درهم). فعلى سبيل المثال، نجح مشروع 'بقالة'، والذي يعدّ مشروع تدريب أصحاب البقالات ومتاجر البيع بالتجزئة على مستوى الخليج، بتدريب 17,681 شخصاً بين عامي 2012 و2014، حيث اشتمت برامج التدريب على علوم الإدارة والبيع بالتجزئة. وفي مصر، حسن مشروع 'زينب' من سبل المعيشة لحوالي 2000 امرأة محرومة من خلال برامج محو الأمية، والتدريب على أساليب البيع، والقروض الصغيرة عبر المنظمات غير الحكومية الشريكة وإتاحة الفرصة لبيع منتجات 'يونيليفر'.

كما اهتم مشروع 'سفير'، وهو مشروعٌ نظير لمشروع 'زينب'، بتدريب الشباب المتعلمين والعاطلين عن العمل لاكتساب القدرة على تأمين المعيشة من خلال بيع منتجات شركة 'يونيليفر'، حيث نجح بتدريب حوالي 550 شاباً متعلمين ولكن عاطلين عن العمل.



وتضمن جدول أعمال الحدث حلقة نقاشية حول موضوع توحيد الجهود بين القطاعين العام والخاص وتوطيد العلاقات طويلة الأمد بينهما لتحقيق نتائج إيجابية ومؤثرة ومستدامة. وشارك في الحلقة كل من ليلي عبداللطيف، نائب المدير العام، جمعية الإمارات للحياة الفطرية بالتعاون مع الصندوق العالمي للبيئة (EWS-WWF)؛ وفاء عايش، مدير التغذية السريرية، هيئة صحة دبي؛ وسلطان الزعابي، مدير معايير التوعية والترشيد في هيئة كهرباء ومياه دبي. وسلط المتحدثون الضوء على الحاجة الملحة إلى جهد جماعي لإحداث تغيير ملموس بالإضافة إلى تحديد الفرص والتحديات التي تواجه صياغة شراكة فاعلة.

وشهد الحدث توقيع مذكرة تفاهم بين شركة 'يونيليفر' و 'هيئة كهرباء ومياه الشارقة' وذلك للتعاون في توعية المستهلكين حول ترشيد استهلاك المياه. ووقع المذكرة كل من سانجيف كاكار، نائب الرئيس التنفيذي لشركة 'يونيليفر' منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا وروسيا وأوكرانيا وبيلاروسيا ؛ ورئيس مجلس إدارة 'هيئة كهرباء ومياه الشارقة'، الدكتور راشد الليم.

وتعليقاً على توقيع المذكرة، قال سانجيف كاكار: "نحن سعداء جداً بشراكتنا مع 'هيئة كهرباء ومياه الشارقة' وفخرون بالعمل مع شركاء مؤثرين في المجتمع العام والخاص والمدني وذلك في إطار سعينا لحشد الموارد وخلق تغيير ايجابي مع تحفيز نمو الأعمال التجارية بنفس الوقت؛ كما سنواصل العمل على استكشاف سبل جديدة لتعزيز فعالية وأثر هذه الشراكات. وأود أن أتوجه بالشكر إلى جميع شركائنا المستدامين لدعمهم المقدم لنا لتحقيق أهداف المعيشة المستدامة."

كما شهدت نهاية الحدث تتوزيع جوائز تقديرية لشركاء 'يونيليفر' المستدامين لشكرهم على جهودهم وتعاونهم.

واختتم كاكار قائلاً: "ندرك جيداً أن نجاحنا في هذه المنطقة تحقق بفضل الثقة والدعم والتعاون مع شركائنا المستدامين. ونغتنم الفرصة في عامنا الثالث للتوجه بالشكر لهم ومكافأتهم على سعيهم المتواصل مع 'يونيليفر' على إيجاد عالم مستدام وبناء مستقبل أفضل".

-انتهى-

للمزيد من المعلومات، الرجاء الاتصال:

أنس خليبية مسؤول علاقات إعلامية – Quill Communications متحرك: 00971 55 4048224 بريد الكتروني: aadnan@quillmena.com	شذى الخطيب قسم الاتصال - يونيليفر شمال أفريقيا والشرق الأوسط متحرك: +971 56 2168776 بريد الكتروني: Shatha.alkhatib@unilever.com
---	--



حول يونيليفر:

تعدّ يونيليفر إحدى الشركات الرائدة عالمياً في توفير المواد والسلع الاستهلاكية، حيث يصل عدد مستهلكي المنتجات الخاصة بالشركة إلى أكثر من 2 مليار مستهلك حول العالم في اليوم الواحد، ويتم بيع هذه المنتجات في أكثر من 190 بلد في العالم. وتضم الشركة حوالي 172,000 موظف حول العالم، ووصلت مبيعاتها السنوية إلى حوالي 48.4 مليار يورو في العام 2014.

وتتوزع النسبة الأكبر من منتجات يونيليفر في البلدان النامية والأسواق الناشئة حيث بلغت حوالي 57% في العام 2014. وتضم منتجات الشركة أكثر من 400 علامة تجارية، أبرزها: أومو، دوف، كنور، دوميستوس، لايف بوي، ليبتون، سانسيلك، سيجنال، ماجنم و أكس.

وتهدف خطة يونيليفر للمعيشة المستدامة لمضاعفة حجم الأعمال مع تقليل البصمة البيئية، وزيادة الأثر الاجتماعي الإيجابي.

أهم أهدافها:

- ✓ مساعدة أكثر من مليار شخص على اتخاذ إجراءات لتحسين صحتهم وظروفهم الحياتية وتحقيق الرفاهية لهم.
- ✓ الموازنة ما بين التطور والنمو التي يحققونه من جهة وومن الأثر البيئي الناتج عن ذلك التطور والنمو من جهة أخرى.
- ✓ تعزيز سبل المعيشة لملايين الأشخاص بحلول عام 2020.

وحققت يونيليفر المركز الأول في مجالها للعام 2014 حسب مؤشر داو جونز للإستدامة، كما حققت المرتبة الأولى في الحفاظ على البيئة حاصدة خمس درجات استنادا لسلسلة مؤشر FTSE4Good. وتصدرت يونيليفر المرتبة الأولى في قائمة الشركات للإستدامة بناء على مسح جلوبسكان للإستدامة السنوي للعام الرابع على التوالي. كما تم تصنيف الشركة في العام 2015 كأكثر الشركات استدامة بين الشركات العاملة في مجال المواد الغذائية وذلك وفق تصنيف أوكسفام (Oxfam).

وعزّزت الشركة مركزها في العام 2014 من بين أكثر ثلاثة شركات متابعة للتوظيف على موقع التواصل الاجتماعي لينكدان (LinkedIn).

للمزيد من المعلومات حول يونيليفر ومنتجاتها يرجى التكرم بزيارة موقعنا الإلكتروني: www.unilever.com

للمزيد من المعلومات حول خطة يونيليفر للمعيشة المستدامة يرجى التكرم بزيارة الرابط التالي:

www.unilever.com/sustainable-living/