



nuoa.io

**Tự tạo tín chỉ các bon trong chính chuỗi cung ứng
(Carbon Insetting): giải pháp bền vững để xây dựng
thương hiệu xanh**

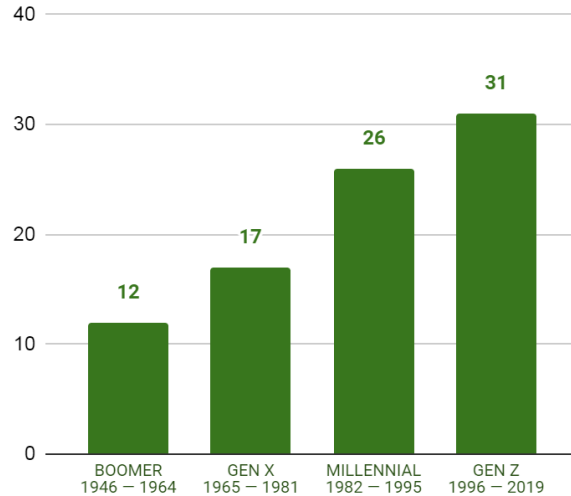


Người tiêu dùng ngày càng ưu tiên những sản phẩm thân thiện với môi trường, và sẵn sàng trả nhiều tiền cho các sản phẩm đó

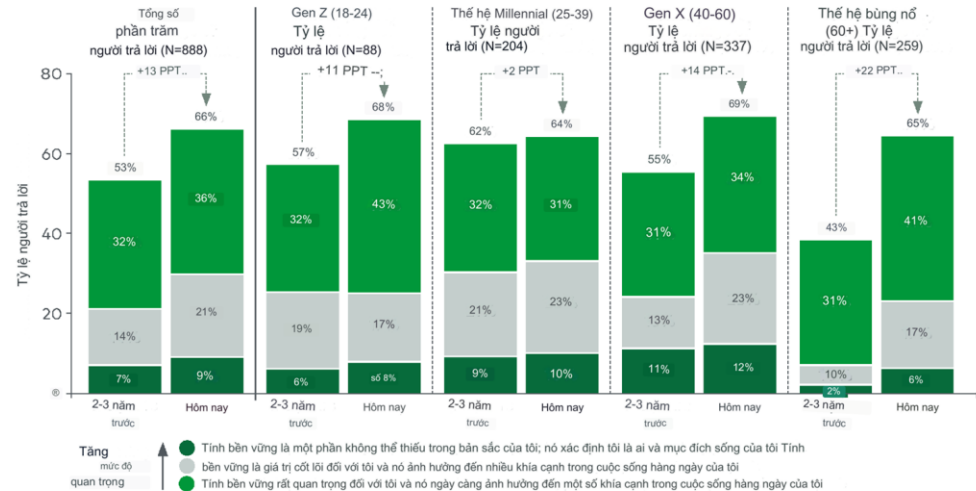
Thời trang: 31% người trẻ GenZ tại Mỹ sẽ tiền nhiều hơn để mua hàng thân thiện với môi trường, trong khi chỉ 12% Gen X làm vậy

Thực phẩm: Trong 3 năm qua, ở mọi nhóm tuổi, người tiêu dùng tại Mỹ đều coi trọng hơn sản phẩm bền vững, với khoảng 30% tại mọi nhóm tuổi thấy chủ đề này ảnh hưởng tới rất nhiều khía cạnh

% người tiêu dùng vào năm 2019 sẵn sàng trả nhiều tiền hơn



Mức độ ảnh hưởng của tính bền vững đến người tiêu dùng Hoa Kỳ, 2 đến 3 năm trước so với ngày nay*



*Câu hỏi khảo sát: Nghĩ về thái độ của bạn đối với sự bền vững hai đến ba năm trước (tức là vào năm 2019 trước đại dịch) và ngày nay, tính bền vững ảnh hưởng đến cuộc sống và giá trị cá nhân của bạn ở mức độ nào?

Tín chỉ các-bon tự nguyện, được doanh nghiệp mua để bù trừ phát thải KNK có 2 nhóm chính: giảm/tránh phát thải KNK và Loại bỏ KNK

Cách các tổ chức có thể tạo ra tín chỉ các-bon

Một chứng nhận tín chỉ các-bon tương đương với một tấn CO₂

Tổ chức có thể kiếm được tín chỉ các-bon theo 2 cách chính:



Tín chỉ tránh & giảm thiểu

Bắt nguồn từ các hoạt động ngăn chặn phát thải KNK

Ví dụ: các dự án năng lượng tái tạo; phát triển cao ốc tiết kiệm năng lượng



Tín chỉ Loại bỏ

Những dự án loại bỏ KNK ra khỏi khí quyển.

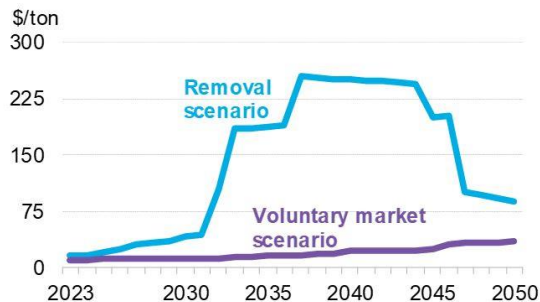
Bao gồm giải pháp tự nhiên như trồng rừng và tái trồng rừng, quản lý đất ngập nước; và giải pháp công nghệ

Phương thức mua tín chỉ carbon truyền thống có nhiều điểm hạn chế



Rủi ro về giá

Giá cả của tín chỉ carbon đã tăng rất nhanh trong nhiều năm qua do các chính sách mạnh tay hơn của các chính phủ. Được dự báo còn tăng nữa khi các chính sách thắt chặt.



Không có lợi thế lâu bền

Tín chỉ được mua bán tự do, doanh nghiệp phải cạnh tranh với nhiều doanh nghiệp cùng ngành hay khác ngành cùng có nhu cầu mua tín chỉ.

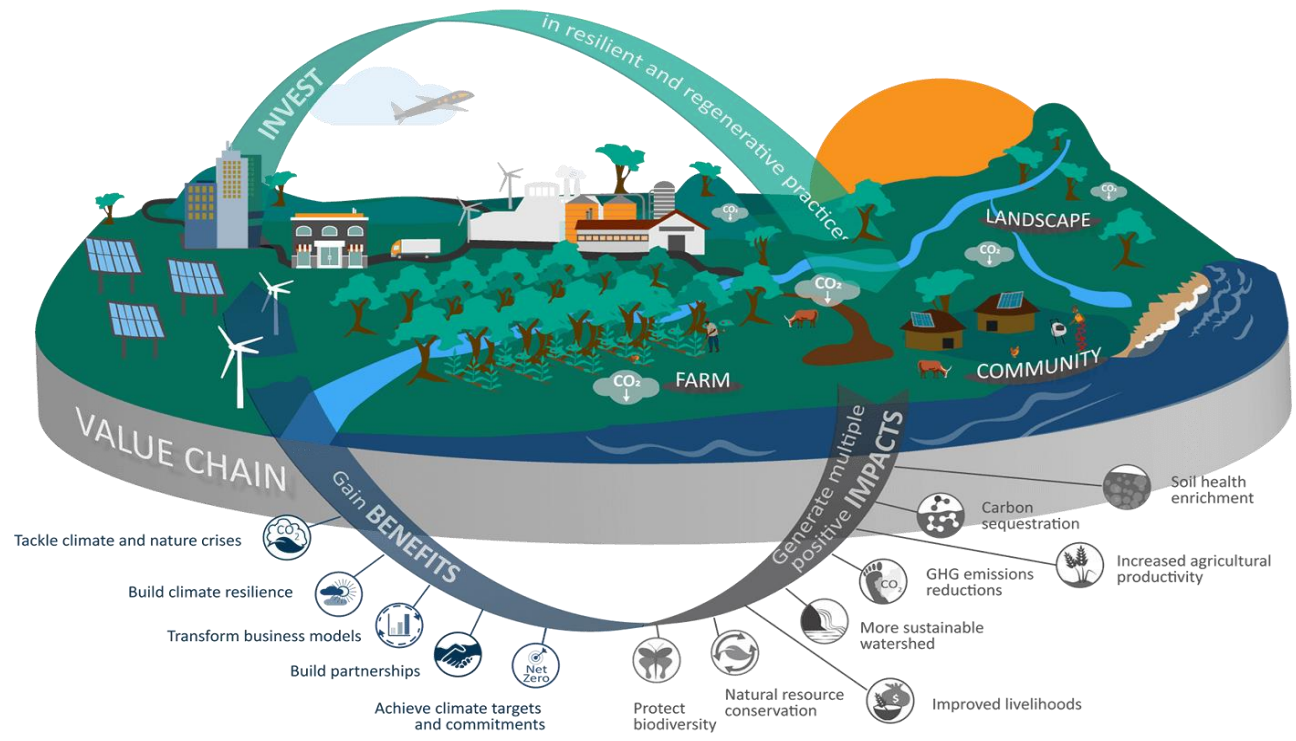


Rủi ro về danh tiếng

Thị trường tín chỉ tự nguyện thường xuyên xảy ra các tranh cãi về chất lượng tín chỉ. Doanh nghiệp liên đới chịu các cáo buộc hoặc ảnh hưởng kế hoạch kinh doanh



Xu hướng quốc tế về tạo tín chỉ trong chính chuỗi cung ứng của doanh nghiệp



Lợi thế của Insetting: chủ động trong đạt cam kết giảm phát thải, tăng gắn kết với đối tác trong chuỗi cung ứng, giảm chi phí



Chủ động

Doanh nghiệp tự quyết định hoạt động giảm phát thải phù hợp với lộ trình của mình, có thể bắt đầu với các hoạt động chi phí thấp trước khi đi tới những hoạt động chi phí cao, từ đó có lộ trình kinh doanh phù hợp.



Tăng gắn kết với đối tác

Các khoản đầu tư giảm phát thải trong chuỗi cung ứng được đón nhận bởi các đối tác như những khoản đầu tư của doanh nghiệp. Điều này gia tăng sự hài lòng, gia tăng năng suất, đóng góp vào lợi thế cạnh tranh lâu dài



Giảm chi phí

Không còn các khâu trung gian trong thị trường mua bán, cũng không phải cạnh tranh về giá với những doanh nghiệp “cùng đường”, doanh nghiệp tiết kiệm được nhiều chi phí

Một số hoạt động để tạo tín chỉ carbon trong chính chuỗi cung ứng

- **Cải Thiện Hiệu Quả Năng Lượng:** Có thiết bị và hệ thống hiệu quả hơn.
- **Năng Lượng Tái Tạo:** Áp dụng các nguồn năng lượng tại chỗ như mặt trời và gió.
- **Hiệu Quả Tài Nguyên:** Sử dụng nước và nguyên liệu thô một cách tốt hơn.



Hiệu Quả Năng Lượng
và Tài Nguyên



- **Giảm Thiểu Chất Thải:** Tái chế, ủ phân và tái sử dụng vật liệu.
- **Quản lý Vòng Đời Sản Phẩm:** Thiết kế sinh thái và chiến lược xử lý cuối vòng đời sản phẩm.

Quản lý Chất
Thải và Vòng
Đời Sản phẩm

- **Áp dụng các giải pháp thu hồi và lưu trữ carbon (CCS) tại chỗ,** nếu có thể và khả thi, để giữ lại khí carbon dioxide sản sinh từ hoạt động của công ty.



Quản lý Carbon



- **Mua Sắm Bền Vững:** Các nhà cung cấp thân thiện với môi trường và thu mua bền vững.
- **Cơ Sở Hạ Tầng Xanh:** Xây dựng sinh thái với các giải pháp tự nhiên.
- **Sử Dụng Đất Bền Vững:** Nông lâm kết hợp và các phương pháp tái sinh.

Phương Pháp và
Cơ Sở Hạ Tầng
Bền Vững

- **Đào tạo và Tương tác với Nhân viên:** Khuyến khích thực hành bền vững tại nơi làm việc.
- **Nghiên cứu và Phát triển cho Sự Bền vững:** Phát triển phương pháp sản xuất thân thiện hơn với môi trường.
- **Ảo hóa Dịch vụ:** Giải pháp số để giảm nhu cầu đi lại.



Đổi mới và Sự Tham gia
của Nhân viên



Vận Tải và Chuỗi
Cung Ứng

- **Vận Tải và Logistics:** Đội xe thân thiện với môi trường và tối ưu hóa lộ trình.
- **Sản Xuất và Tiêu Dùng Địa Phương:** Giảm phát thải thông qua việc địa phương hóa các hoạt động.

Một số bài học thành công từ một số thương hiệu lớn: Nespresso (Nestle)

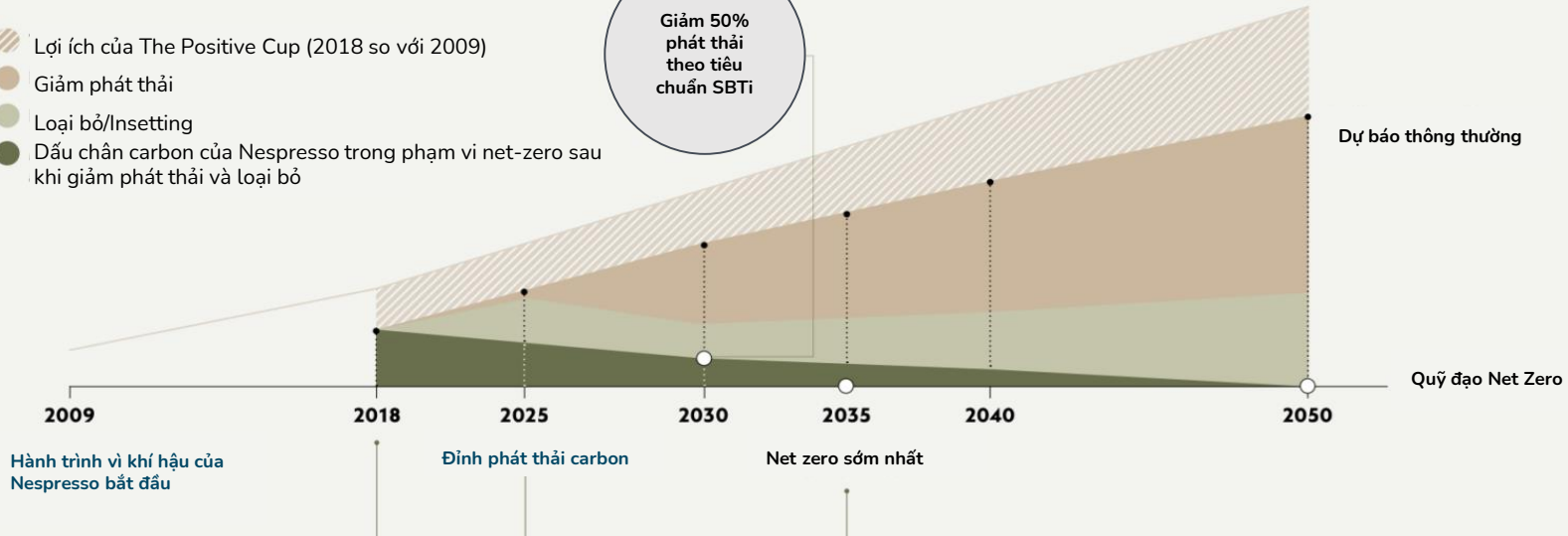


NESPRESSO

Thương hiệu cà phê Nespresso là một trong những doanh nghiệp tiên phong trong việc quảng bá phương pháp insetting. Họ đã cùng với PUR triển khai các dự án trồng các loại cây địa phương tại Colombia, Costa Rica, Ethiopia, Guatemala, Indonesia và Uganda. Những dự án này áp dụng phương pháp nông lâm kết hợp (agroforestry methods), mà trong đó các loại cây nông nghiệp được kết hợp cùng với cây lâm nghiệp đã trồng, giúp giữ carbon, tăng cường đa dạng sinh học và tạo bóng râm cho những người làm việc.

Con đường tới Net Zero

- ▨ Lợi ích của The Positive Cup (2018 so với 2009)
- Giảm phát thải
- Loại bỏ/Insetting
- Dấu chân carbon của Nespresso trong phạm vi net-zero sau khi giảm phát thải và loại bỏ



Một số bài học thành công từ một số thương hiệu lớn: L'Oréal



Thống kê carbon của L'Oréal cho năm 2022 chỉ ra các phương thức insetting tiềm năng. Trong Phạm vi 3, những đóng góp chính là sản phẩm và dịch vụ được mua ở đầu nguồn (dòng nguyên liệu/thành phần từ nhà cung cấp) và việc sử dụng sản phẩm đã bán ở cuối nguồn (phân phối thành phẩm cho khách hàng cuối cùng).

Lượng khí thải CO2 vào năm 2022 (Phạm vi 1,2,3) trên toàn bộ Tập đoàn

(nghìn tấn CO2 tương đương)	Phạm vi 1	Phạm vi 2	Phạm vi 3	Phạm vi 1,2,3
GROUP	19.7	5.4	11,245	11,270
Các khu công nghiệp	18.9 ☒	2.5 ☒	-	-
Các khu hành chính và trung tâm nghiên cứu	0.9	2.9	-	-

Vào năm 2016, L'Oréal đã mở rộng tham vọng Cân Bằng Carbon của mình bằng cách cải thiện khía cạnh môi trường của chương trình bơ hạt mỡ ở Burkina Faso. Thông qua sự hợp tác với nhà cung cấp Olvéa và doanh nghiệp Burkinabe Nafa Naana, họ đã mang đến 1,500 bếp nấu hiện đại thay thế cho bếp truyền thống, dẫn đến việc giảm hơn **2,300 tấn khí thải CO2** và **tiết kiệm gần 800 tấn gỗ** trong năm đó. Kể từ năm 2014, tất cả bơ hạt mỡ của L'Oréal đều được cung cấp từ chương trình này, mang lại lợi ích cho 39,100 phụ nữ vào năm 2020.

Các hạng mục chính của lượng phát thải CO2 Phạm vi 3

(nghìn tấn CO2 tương đương)

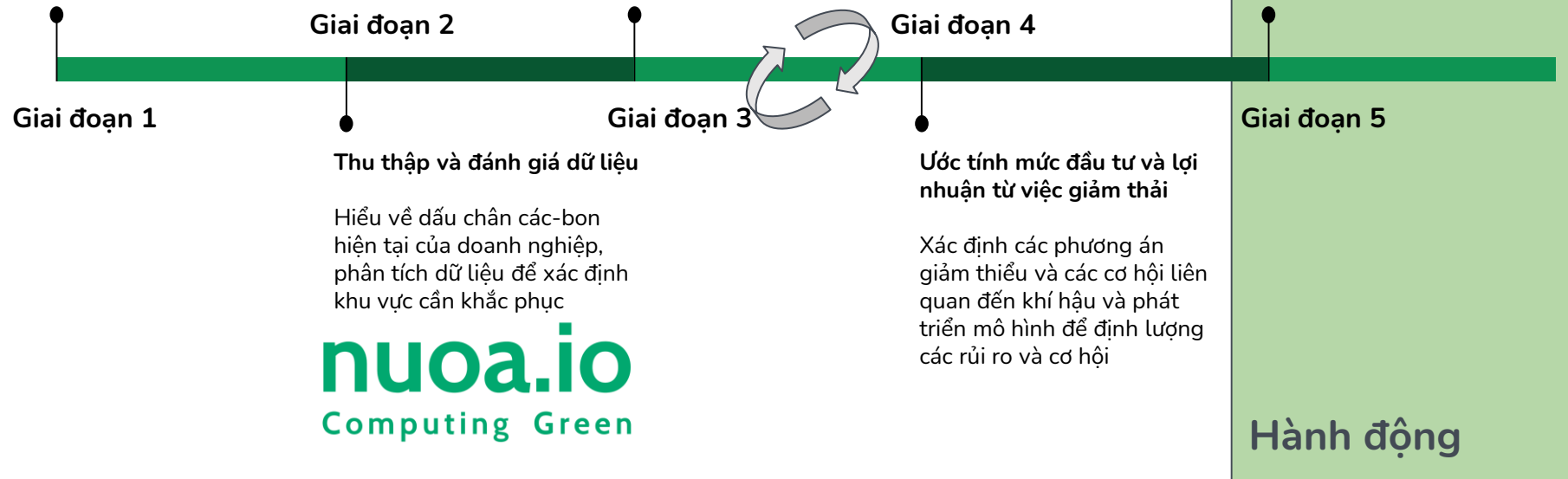


Đo phát thải KNK trong chuỗi cung ứng là bước quan trọng để xây dựng chiến lược insetting hiệu quả; công nghệ là chìa khóa giúp DN có dữ liệu chính xác



Bắt kịp về khí hậu

Quản lý các bên liên quan; Tăng kiến thức về biến đổi khí hậu





nuoa.io
Thank you!

Contact us:

Hieu Dinh - hieu.dinh@nuoa.io

All rights reserved for the contents of this presentation