

Nutifood chung sức cùng mẹ Việt chăm lo đủ sữa cho con với chương trình trợ giá 40%

11:30 20/01/2022

Nhằm chia sẻ khó khăn cùng người dân Việt Nam trong bối cảnh Covid-19 đang tiếp diễn, Nutifood triển khai chương trình “Chung sức cùng mẹ - Đủ sữa cho con” với mức trợ giá 40% liên tục trong 06 tháng cho sản phẩm sữa non công thức “Nutifood Yêu Việt Nam”.

Hơn 2 năm bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19, cuộc sống của nhiều gia đình Việt Nam lâm vào cảnh thiếu trước hụt sau, không chỉ trong giai đoạn giãn cách mà ngay cả ở “thời kỳ mới sống chung với dịch”. Thu nhập giảm, chi phí tăng khiến nhiều bà nội trợ buộc phải cắt giảm chi tiêu, tính toán tiết kiệm trong từng bữa ăn, thậm chí phải giảm bớt khẩu phần sữa của con, dù hiểu con đang trong tuổi ăn tuổi lớn, cần dinh dưỡng đầy đủ để phát triển tối ưu thể chất và trí não.



Thấu hiểu nỗi lo của hàng triệu bà mẹ Việt và tiếp nối những nỗ lực cùng chia sẻ khó khăn của cộng đồng do ảnh hưởng của đại dịch, Công ty Nutifood triển khai chương trình “Chung sức cùng mẹ - Đủ sữa cho con” với sản phẩm sữa non công thức **Nutifood Yêu Việt Nam**, trong đó Nutifood sẽ trợ giá 40% so với giá niêm yết trong 6 tháng từ tháng 1 đến tháng 6/2022.

“Nutifood Yêu Việt Nam” là sản phẩm sữa công thức bổ sung sữa non được các chuyên gia dinh dưỡng hàng đầu tại Viện Nghiên cứu Dinh dưỡng Nutifood Thụy Điển (NNRIS) “đo ni đóng giày” theo nhu cầu và thể trạng trẻ em Việt Nam nhằm giúp trẻ vượt qua mùa dịch bệnh một cách mạnh khỏe mà vẫn bảo đảm phát triển tốt về thể chất và trí tuệ. Sản phẩm đặc chế này chứa 25 dưỡng chất thiết yếu, kết hợp cùng Sữa non hỗ trợ tăng cường sức đề kháng, nâng cao miễn dịch và ngăn ngừa nhiễm khuẩn hô hấp. Ngoài ra, sản phẩm còn được bổ sung thêm kẽm, canxi, vitamin K2, Omega 3, Omega 6... giúp các bé không những khỏe mạnh mà còn phát triển trí thông minh, chiều cao, cân nặng toàn diện.

Chia sẻ về chương trình, ông Trần Bảo Minh, Phó Chủ tịch Nutifood cho biết: "*Dịch Covid đã mang đến nhiều khó khăn chồng chất cho mỗi gia đình Việt Nam và các doanh nghiệp dù lớn hay nhỏ. Nutifood cũng không tránh khỏi, từ những đứt gãy trong chuỗi cung ứng đến các đợt “bão” chi phí của nguyên vật liệu, bao bì, sản xuất, hệ thống phân phối,... làm ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh. Thế nhưng đồng hành cùng cộng đồng vượt qua các giai đoạn căng*

thắng của mùa dịch, chúng tôi càng trần trở hơn trước thực trạng nhiều cháu bị cắt đi khẩu phần sữa do thu nhập ba mẹ giảm sút. Thế nên dù có khó đến đâu thì chúng tôi vẫn sẽ cố gắng mang đến những giải pháp mạnh mẽ hơn nữa, thiết thực hơn nữa để chia sẻ gánh nặng với các bà mẹ Việt”.



Bằng kinh nghiệm hơn 20 năm nghiên cứu dinh dưỡng, các chuyên gia của Viện Nghiên cứu Dinh dưỡng Nutifood Thụy Điển đã nỗ lực ngày đêm để đặc chế ra một loại sữa ngon, tốt, phù hợp nhất với trẻ em Việt Nam với giá bán được hỗ trợ đến 40%. *“Giá bán này chắc chắn ảnh hưởng đến doanh thu nhưng chúng tôi vẫn quyết tâm thực hiện để giúp các cháu phát triển tốt đồng thời mạnh khỏe hơn trong mùa dịch”*, ông Minh nói.

Là một trong những người đầu tiên mua sản phẩm Nutifood Yêu Việt Nam được trợ giá 40%, chị Nguyễn Thị Thủy – công nhân may ở Bình Tân, TP.HCM phấn khởi chia sẻ: *“Thu nhập bị giảm trong đợt dịch vừa qua, tiền chợ hàng ngày phải cắt giảm nên đến sữa cho con mình cũng không dám cho uống nhiều như trước. Biết cháu đang tuổi ăn tuổi lớn nhưng mình không có cách nào để xoay sở, thật sự đau lòng lắm. Nhờ trợ giá tới 40% cho sản phẩm dinh dưỡng giá trị cao như Nutifood Yêu Việt Nam mà bây giờ mình đã có thể mua được sữa ngon, giá tốt cho con”*.

Ngân sách của chiến dịch nhân văn này được Nutifood trích từ lợi nhuận của công ty thay lời tri ân đến hàng triệu bà mẹ Việt đã luôn ủng hộ các sản phẩm của công ty trong nhiều năm để mang nguồn dinh dưỡng đủ đầy đến gia đình.

Để giúp các mẹ tiết kiệm hơn, hạn chế tối thiểu các chi phí trung gian, Nutifood đã chủ động kết hợp với các nhà phân phối trên toàn quốc, triển khai chương trình đến đoàn thể, tổ chức công đoàn thuộc các công ty, khu chế xuất, khu

công nghiệp để mang sản phẩm Nutifood Yêu Việt Nam giao tận tay khách hàng. Ngoài ra, các mẹ có thể dễ dàng mua sản phẩm với mức giá ưu đãi tại hệ thống cửa hàng Ngôi nhà Dinh dưỡng Nutifood hay trang mua sắm trực tuyến <https://nutifoodshop.com/>.

Chung tay phòng chống dịch Covid-19, Nutifood đã nhanh chóng có mặt tại nhiều địa phương để tiếp sức, hỗ trợ đồng bằng nhiều hoạt động thiết thực như: ủng hộ hơn 11 tỷ đồng cho Quỹ vaccine tại TP.HCM và các tỉnh; dành hơn 30 tỷ đồng để hỗ trợ kinh phí và dinh dưỡng cho các bệnh viện tuyến đầu; tài trợ hơn 10 tỷ đồng cho lực lượng Bộ đội Biên phòng cả nước tham gia phòng chống dịch; triển khai chương trình Sức mạnh Việt – Chung tay đẩy lùi Covid với ngân sách 40 tỷ đồng, nhằm hỗ trợ các bệnh nhân nghèo, công nhân, các khu dân cư khó khăn... Đặc biệt trong những tháng giãn cách căng thẳng tại các tâm dịch, Nutifood đã triển khai chương trình trợ giá lên đến 50% giá niêm yết của sản phẩm và giao hàng tận nơi cho người dân. Tổng kinh phí cho các hoạt động Chung tay phòng chống dịch Covid 19 của Nutifood đến nay là 125 tỷ đồng.

Cao Huyền