

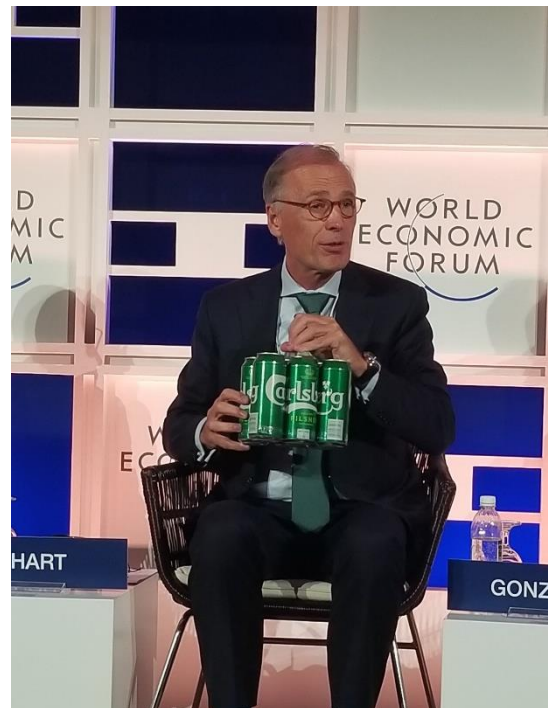
Cees 't Hart, Tổng giám đốc Tập đoàn Carlsberg giới thiệu bao bì mới thân thiện với môi trường - Snap Pack tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới về ASEAN

Lần đầu tiên trong ngành công nghiệp bia trên toàn thế giới, bao bì **Snap Pack** sẽ được sử dụng để thay thế màng co nhựa, giúp giảm thiểu đến 76% lượng nhựa sử dụng trên bao bì truyền thống.

Hà Nội, ngày 28 tháng 9 năm 2018 – Tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới về ASEAN năm nay, Tổng Giám đốc tập đoàn Carlsberg, ông Cees 't Hart đã tự hào giới thiệu về bao bì mới Snap Pack, công nghệ tiên phong sử dụng chất keo thay thế cho màng co nhựa đang được dùng để đóng gói lốc 6 lon Carlsberg.

Phát biểu tại phiên thảo luận 'Thay đổi thói quen sử dụng nhựa' (Turning the Tide on Plastic) tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới về ASEAN tổ chức ở Việt Nam, ông Cees 't Hart chia sẻ: *"Tại Carlsberg, chúng tôi luôn nỗ lực để thực hiện các tham vọng đã đề ra trong chương trình phát triển bền vững của chúng tôi, đồng thời góp phần giải quyết các thách thức toàn cầu về biến đổi khí hậu"*.

"Phương châm của chúng tôi là không ngừng phấn đấu, và sự ra đời của bao bì mới Snap Pack đã một lần nữa khẳng định tham vọng của chúng tôi khi theo đuổi tư tưởng của nhà sáng lập để hướng tới một tương lai tươi sáng hơn. Bao bì Snap Pack của Carlsberg sẽ góp phần giảm đáng kể chất thải nhựa và chúng tôi hy vọng sẽ mang đến những trải nghiệm tuyệt vời hơn cho khách hàng, đồng thời giảm thiểu tác động đến môi trường," ông Cees 't Hart chia sẻ thêm.





Lần đầu tiên trong ngành công nghiệp bia trên toàn thế giới, bao bì Snap Pack sẽ được sử dụng để thay thế màng co nhựa, giúp giảm thiểu đến 76% lượng nhựa sử dụng trên bao bì truyền thống.

Sáng kiến về bao bì mới - Snap Pack - sẽ góp phần giảm hơn 1,200 tấn chất thải nhựa mỗi năm trên toàn thế giới, tương đương với 60 triệu túi nilon.

Nhóm nghiên cứu và phát triển sản phẩm của tập đoàn Carlsberg đã phối hợp với các đối tác để cải tiến sản phẩm với mong muốn tạo nên sự thay đổi tích cực hướng tới người tiêu dùng và môi trường. Sau ba năm nghiên cứu, ngoài bao bì mới Snap Pack, Carlsberg còn giới thiệu thêm nhiều giải pháp phát triển bền vững khác về bao bì sản phẩm như:

- Chuyển sang sử dụng mực in bạc Cradle to Cradle Certified™ trên nhãn chai để nâng cao hiệu quả tái chế.
- Tạo lớp phủ mới trên chai thủy tinh để kéo dài thời gian sử dụng và giảm tác động lên môi trường.
- Nắp chai mới có khả năng giảm thiểu khí oxy thâm nhập vào sản phẩm để giữ hương vị bia tươi mới trong thời gian dài hơn.

Những cải tiến về sản phẩm trên là một trong những nỗ lực hướng tới người tiêu dùng của Tập đoàn Carlsberg trong quá trình thực hiện chương trình phát triển bền vững mang tên Together Towards ZERO, trong đó bao gồm 2 tham vọng: Không khí thải carbon và không dùng nước lãng phí.

Những cải tiến bền vững trên sẽ được áp dụng trước cho nhãn bia Carlsberg nhằm đánh giá và thẩm định hiệu quả. Điều này một lần nữa nhấn mạnh ý nghĩa của câu khẩu hiệu "Probably the Best Beer in the World" - luôn nỗ lực mang đến cho người tiêu dùng sản phẩm bia hảo hạng, đồng thời giảm thiểu tác động lên môi trường.

Về Tập đoàn Carlsberg

Tập đoàn Carlsberg là một trong những tập đoàn sản xuất bia hàng đầu thế giới, với nhiều sản phẩm bia và đồ uống. Thương hiệu hàng đầu của chúng tôi – Carlsberg – là một trong những nhãn hiệu bia phổ biến nhất trên thế giới. Baltika, Carlsberg và Tuborg nằm trong 8 nhãn hiệu bia lớn nhất Châu Âu. Hơn 41,000 nhân viên đang làm việc cho Tập đoàn Carlsberg và những sản phẩm của chúng tôi được bán tại hơn 150 thị trường.

Để biết thêm thông tin, vui lòng truy cập: www.carlsberggroup.com

Về phát triển bền vững tại Tập đoàn Carlsberg

Chương trình “Together Towards ZERO” là chương trình phát triển bền vững của Tập đoàn Carlsberg nhằm chống lại những thách thức toàn cầu như biến đổi khí hậu, khan hiếm nước và các vấn đề khác liên quan đến sức khỏe cộng đồng. Chương trình bao gồm bốn tham vọng chính và mỗi tham vọng đều có những mục tiêu cụ thể vào các năm 2022 và 2030.

Bốn tham vọng chính đó là: KHÔNG khí thải carbon, KHÔNG dùng nước lãng phí, KHÔNG uống thiếu trách nhiệm và KHÔNG tai nạn lao động. Chương trình là hành động của Tập đoàn Carlsberg trong nỗ lực thực hiện mục tiêu *Sản xuất bia vì một hiện tại tốt đẹp và một tương lai tươi sáng hơn*. Chương trình dựa trên cơ sở khoa học và phù hợp với các Mục Tiêu Phát Triển Bền Vững của Liên Hợp Quốc.

Tim hiểu thêm về chương trình phát triển bền vững, những tham vọng và mục tiêu mới tại: www.carlsberggroup.com/sustainability

Để theo dõi những tin mới nhất, truy cập website www.carlsberggroup.com/subscribe hoặc theo dõi @CarlsbergGroup trên Twitter và LinkedIn.

Về Carlsberg Việt Nam

Carlsberg là một trong những công ty đa quốc gia Đan Mạch đầu tiên vào Việt Nam và đầu tư lần đầu vào năm 1993. Trong 20 năm đầu tiên, Carlsberg điều hành hoạt động tại Việt Nam thông qua Carlsberg Đông Dương. Trong năm 2012 công ty Carlsberg Việt Nam hoàn chỉnh được thiết lập với văn phòng và nhà máy tọa lạc tại miền Bắc và Trung của Việt Nam. Các thương hiệu của Carlsberg Việt Nam gồm có Carlsberg, Tuborg, Huda, Huda Gold, Huda Ice Blast và Halida.

Để biết thêm thông tin, vui lòng truy cập: www.carlsbergvietnam.vn