

Contacts: Nguyen Thi Ngoc Lien
lien.nguyenthingoc@mdlz.com

Kinh Đô ra mắt diện mạo mới: cùng Việt Nam hướng tới tương lai

- Một hình ảnh Kinh Đô mới, hiện đại thừa kế các giá trị truyền thống
- Hiểu và kết nối với nhiều thế hệ người tiêu dùng thông qua những sản phẩm hảo hạng

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, ngày 20 tháng 07 năm 2021 – Công ty Mondelez Kinh Đô Việt Nam đã tổ chức sự kiện ra mắt nhận diện thương hiệu mới của Kinh Đô. Sự kiện được tổ chức trực tuyến với sự tham gia của lãnh đạo Công ty Mondelez Kinh Đô Việt Nam gồm: Ông Hemant Rupani, Tổng giám đốc; Ông Simon Crowther, Giám đốc Marketing; Bà Lợi Hồng Thanh, Trưởng phòng marketing và đại diện các đơn vị truyền thông.

Việc giới thiệu nhận diện thương hiệu mới cho nhãn hiệu Kinh Đô là một hoạt động chiến lược kể từ khi Tập đoàn toàn cầu Mondelez (trụ sở tại Mỹ) thực hiện việc mua lại thương hiệu Kinh Đô, được xem là một trong những thương vụ mua bán và sáp nhập (M&A) có giá trị lớn nhất tại Việt Nam ở thời điểm đó và Kinh Đô trở thành một trong các thương hiệu của Tập đoàn Mondelez trên toàn cầu.

Kinh Đô là thương hiệu gắn bó với nhiều thế hệ tiêu dùng người Việt với các sản phẩm bánh hảo hạng cho những dịp quan trọng nhất trong đời sống của người Việt và gia đình Việt như Tết Nguyên Đán, Tết Trung Thu. vv... Ra mắt nhận diện thương hiệu mới cũng đi cùng với cam kết của Kinh Đô tiếp tục cùng Việt Nam hướng tới tương lai, thông qua những giá trị đặc biệt mà Kinh Đô mang tới cho người tiêu dùng.

Kinh Đô: hòa quyện tinh tế những giá trị xưa và nay.

Kinh Đô khởi đầu từ một tiệm bánh tại Thành phố Hồ Chí Minh vào năm 1993, với tham vọng khởi tạo xu thế mới trong ngành sản xuất bánh. Trong suốt gần 30 năm vừa qua, Kinh Đô đã mang tới cho người tiêu dùng Việt Nam những sản phẩm đầy sáng tạo.

Kinh Đô đã không ngừng nỗ lực, tạo nên những trải nghiệm hương vị đặc sắc cho người tiêu dùng – từ truyền thống đến hiện đại, từ công thức cổ truyền đến những bí quyết phương Tây.

Kinh Đô luôn mang trong tim một tình yêu, nguồn cảm hứng vô tận, lòng ngưỡng mộ và tin tưởng sâu sắc vào sự trường tồn của những giá trị truyền thống, bản sắc văn hóa đầy tính nhân văn. Kinh Đô mang biểu tượng chiếc vương miện của người dẫn đầu ngành bánh Việt Nam. Đó là hai trong số những “bảo bối” giúp Kinh Đô luôn vững vàng trên hành trình cùng Việt Nam hướng tới tương lai.

Kinh Đô – Đồng hành với bạn trong từng khoảnh khắc của cuộc sống với diện mạo mới.

Hiện nay, người tiêu dùng Việt, đặc biệt là nhóm các bạn trẻ luôn tìm tòi và đón nhận những tiến bộ từ thế giới hiện đại và văn hóa phương Tây, đồng thời vẫn giữ được bản sắc và giá trị riêng của họ. Bên cạnh đó, Kinh Đô cũng nhận thấy rằng, khách hàng của mình không chỉ là đối tượng truyền thống mà còn là giới trẻ. Họ thực sự là người tiếp nối giữa quá khứ và tương lai. Do đó, với quyết tâm bắt kịp sự chuyển mình của thời đại, Kinh Đô đã mạnh mẽ đổi mới để trở nên trẻ trung hơn, gia tăng chất lượng sản phẩm hơn nữa. Đây là một minh chứng cho cam kết gắn bó và đồng hành cùng đất nước và người tiêu dùng Việt Nam.



Logo (diện mạo) trước đây



Logo (diện mạo) mới của Kinh Đô

Trong hình ảnh diện mạo mới, Kinh Đô vẫn giữ nguyên bản sắc đặc trưng của mình. Ngoài việc liên tục nâng tầm để trở nên tốt hơn, Kinh Đô còn mong muốn gìn giữ và kết nối các giá trị truyền thống của Việt Nam. Vấn đề này được thể hiện rất rõ qua những thay đổi trong niềm tự hào của Kinh Đô – đó chính là logo với hình dạng Vương miện. Giữ đúng bản sắc lâu đời của Kinh Đô với chiếc vương miện tượng trưng cho người tiên phong, đồng thời phát triển theo kịp thế hệ người tiêu dùng Việt Nam mới với 5 GIÁ TRỊ: TỰ HÀO, ĐAM MÊ, CHẤT LƯỢNG, KẾT NỐI, TRẺ TRUNG. Và, nổi bật lên là cảm nhận rõ nét hơn về sự tinh tế, đẳng cấp, trẻ trung, hiện đại và sáng tạo.

Ông Simon Crowther, Giám đốc Marketing Công ty Mondelez Kinh Đô Việt Nam cho biết: “Với tâm huyết phục vụ cùng sự am hiểu sâu sắc những mong muốn của người tiêu dùng, tập thể đội ngũ Mondelez Kinh Đô rất tự hào là nhà sản xuất và phân phối dẫn đầu trên thị trường cho những sản phẩm bánh uy tín và chất lượng tại Việt Nam (*). Tôi rất vinh hạnh được tuyên bố rằng, hôm nay, tại đây, Mondelez Kinh Đô sẽ

cùng quý vị và các bạn bước sang một trang sử mới, với nhiều sự sáng tạo, tươi mới, gắn kết và thành công to lớn hơn nữa. Hãy cùng chúng tôi, tiếp tục lật mở trang sử mới trong hành trình này”.



Ông Simon Crowther, Giám đốc Marketing, Công ty Mondelez Kinh Đô Việt Nam

Thay đổi diện mạo và cải tiến sản phẩm Bánh Tươi – Tươi Mới Mỗi Ngày

Bên cạnh việc thay đổi nhận diện thương hiệu mới, Kinh Đô cam kết thay đổi về bao bì, hương vị cũng như chất lượng, giá trị dinh dưỡng của các dòng bánh hiện có trên thị trường. Cụ thể, đối với các dòng sản phẩm của Kinh Đô, trong lần thay đổi này, “bánh tươi” – FRESH được Kinh Đô dành nhiều sự quan tâm nhất.

Kinh Đô Bánh Tươi cam kết sử dụng nguyên liệu tươi chất lượng và luôn tìm tòi nghiên cứu để cải tiến công thức cho sản phẩm ngon hơn, đáp ứng khẩu vị tinh tế của thế hệ người tiêu dùng trẻ Việt Nam, đồng giảm đường, giảm ngọt, tăng cường nguồn vitamin và chất dinh dưỡng nhằm đảm bảo không chỉ mang đến một sản phẩm ngon mà còn là một sản phẩm tốt cho người tiêu dùng trong bối cảnh cuộc sống hiện đại bận rộn và người tiêu dùng có thêm mối quan tâm về sức khỏe.

Bên cạnh đó, Kinh Đô không ngừng đầu tư vào nghiên cứu và phát triển công thức mới để giới thiệu các sản phẩm và hương vị mới nhằm mang đến cho người tiêu dùng sự lựa chọn đa dạng hơn. Những sản phẩm mới gần đây như Bánh Mì Tươi Xốt Pizza Xúc Xích Phô Mai hay Bánh Mì Tươi Xốt Thái Cay sắp ra mắt là minh chứng ban đầu cho cam kết về sản phẩm mới. Trong bối cảnh xu hướng F&B đang phát triển nhanh chóng, đây là điều rất quan trọng để bắt kịp xu thế và giữ cho người tiêu dùng là thế hệ trẻ

millennials luôn tò mò, thích thú với những trải nghiệm mới từ Bánh Tươi Kinh Đô. Sự lựa chọn của người tiêu dùng giờ đây không giới hạn trong sản phẩm có công thức truyền thống, hương vị địa phương mà còn là sự kết hợp đầy cảm hứng từ phong vị ẩm thực quốc tế trong các dòng sản phẩm sắp tới của Bánh Tươi Kinh Đô.

Bao bì mới, chất lượng mới, hương vị tươi ngon mới – tất cả đều được Kinh Đô “hòa trộn” vào dòng bánh tươi để đồng hành và cùng giới trẻ **Tươi Mới Mỗi Ngày**.



Bao bì mới, chất lượng mới, hương vị mới

Sản phẩm Kinh Đô Bánh Tươi chung tay đẩy lùi Covid19

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trở nên quan trọng hơn trong thời điểm khó khăn, đặc biệt là đại dịch Covid mà chúng ta đang đều phải đối mặt.

Ông Hemant Rupani, Tổng Giám đốc Công ty Mondelez Kinh Đô Việt Nam cho biết: “Trong tháng tám năm nay, Mondelez Kinh Đô Việt Nam sẽ sớm triển khai chiến dịch gây quỹ Quỹ Vaccine phòng, chống Covid-19 để ủng hộ chính phủ Việt Nam đẩy lùi đại dịch. Với mỗi sản phẩm bánh bông lan tươi của Mondelez Kinh Đô được bán ra trong hai tuần tháng tám, công ty sẽ trích ra 1.000 đồng đóng góp vào Quỹ Vaccine Việt Nam, với cam kết đóng góp đủ 3 tỷ đồng. Chúng tôi kêu gọi người tiêu dùng tham gia cùng chúng tôi để ủng hộ chính phủ góp phần đẩy lùi Covid19.”

() Công ty Mondelez Kinh Đô là nhà sản xuất đứng đầu về mặt thị phần tính trên cả doanh thu và sản lượng trong ngành hàng Bánh Quy ở thị trường Việt Nam từ tháng 05/2020 đến tháng 04/2021 – Theo báo cáo của AC Nielsen.*

-END-

Thông tin về Mondelez International

Mondelez International (NASDAQ: MDLZ) là nhà sản xuất thực ăn nhẹ hàng đầu thế giới hoạt động tại hơn 150 quốc gia. Với tổng doanh thu ròng xấp xỉ 27 tỷ đô la Mỹ năm 2020, MDLZ đang dẫn đầu ngành bánh kẹo của tương lai với những nhãn hiệu nổi tiếng tại địa phương và trên toàn cầu như *Oreo*, bánh quy *belVita* và *LU*; sô-cô-la *Cadbury Dairy Milk*, *Milka* và *Toblerone*; kẹo *Sour Patch Kids* và kẹo cao su *Trident*. Mondelez International tự hào là thành viên trong bảng xếp hạng của Standard, Poor 500, Nasdaq 100 và bảng xếp hạng Chỉ số bền vững Dow Jones. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập website www.mondelezinternational.com hoặc theo dõi thông tin của chúng tôi trên Twitter tại www.twitter.com/MDLZ.

Thông tin về Mondelez Kinh Đô Việt Nam

Mondelez Kinh Đô Việt Nam là thành viên của tập đoàn Mondelez International. Chúng tôi là một tập đoàn bánh kẹo toàn cầu với chiến lược dẫn đầu tương lai của ngành ăn vặt bằng các thương hiệu địa phương và toàn cầu như bánh quy *Cosy*, bánh trung thu *Kinh Đô*, bánh *Solite*, khoai tây lát *Slide*, bánh quy giòn *AFC*, Bánh quy *OREO*, bánh quy giòn *RITZ*, bánh quy *LU*, sô cô la *Toblerone*, sô cô la sữa *Cadbury*, đồ uống dạng bột *Tang*, kẹo cao su và kẹo *Halls*, kẹo cao su *Trident* và nhiều loại khác. Với những sản phẩm thơm ngon và bổ dưỡng, người tiêu dùng có thể thưởng thức món ăn nhẹ phù hợp, vào đúng thời điểm người tiêu cần, với chất lượng cao.

Tại Việt Nam, chúng tôi hiện đang hoạt động tại ba địa điểm: trụ sở chính tại Thành phố Hồ Chí Minh, hai nhà máy tại Bình Dương và Hưng Yên, Việt Nam, với tổng số hơn 3.000 nhân viên toàn quốc.

Mondelez Kinh Đô vinh dự được trao tặng danh hiệu "Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam" bởi tổ chức Anphabe, đoạt giải thưởng Trách nhiệm cộng đồng do Amcham Việt Nam trao tặng. Các giải thưởng này là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng và táo bạo trong việc thực hiện đổi mới sản phẩm mang tính đột phá, xây dựng một nơi làm việc tốt cho nhân viên và tạo tác động tích cực đến môi trường và xã hội.

