

## Nhà sản xuất thực ăn nhẹ hàng đầu thế giới

Mondelēz International (NASDAQ: MDLZ) là một trong những tập đoàn lớn nhất toàn cầu về thực ăn nhẹ, với doanh thu ước tính 30 tỷ USD năm 2014.

Ước vọng của chúng tôi là tạo nên những sản phẩm thực ăn nhẹ có vị ngon tuyệt hảo. Hơn 100.000 nhân viên đang nỗ lực để góp phần thực hiện điều này bằng việc sản xuất và đem đến cho người tiêu dùng tại 165 quốc gia trên thế giới những món ăn nhẹ và thức uống thơm ngon tuyệt vời.

Chúng tôi là nhà sản xuất thực ăn nhẹ hàng đầu thế giới, với thị phần dẫn đầu ở mọi phân khúc mà chúng tôi có mặt. Mondelēz International đứng đầu thế giới về Bánh quy, Sô-cô-la và Kẹo cũng như giữ vị trí thứ hai về Kẹo cao su. (Nguồn: Euromonitor)

Khoảng ¾ lợi nhuận hàng năm của chúng tôi đến từ các phân khúc sản phẩm có mức tăng trưởng nhanh chóng như bánh quy, sô-cô-la, kẹo và kẹo cao su, và gần 40% doanh số đến từ các thị trường đang phát triển.

## Những lợi thế cạnh tranh then chốt

Tại Mondelēz International, chúng tôi có đủ các yếu tố cần thiết để phát triển và tạo ra lợi nhuận bền vững:

- Các phân khúc sản phẩm phát triển nhanh chóng
- Hiện diện rộng khắp các châu lục
- Các thương hiệu đồ ăn nhẹ được yêu thích
- Nền tảng sáng tạo hàng đầu
- Độ bao phủ thị trường lớn
- Đội ngũ nhân viên với năng lực đẳng cấp thế giới

## Danh mục các thương hiệu được yêu thích

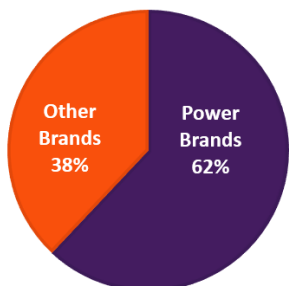
Danh mục của chúng tôi bao gồm các thương hiệu trị giá tám tỷ USD như: Cadbury, sữa Cadbury và sô-cô-la Milka, LU, Nabisco và bánh quy Oreo, bột pha giải khát Tang và kẹo cao su Trident.

Ngoài ra, danh mục sản phẩm của chúng tôi còn bao gồm 44 nhãn hàng khác, tạo ra doanh thu hàng năm hơn 100 triệu USD.

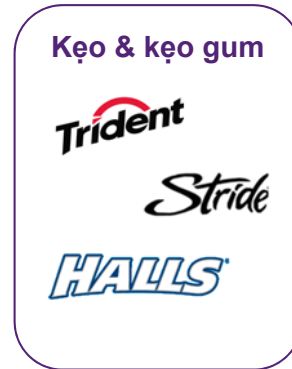


## Các danh mục và thương hiệu mạnh

TỶ LỆ THEO LỢI NHUẬN RÒNG  
NĂM 2014



Năm 2014, nhóm các thương hiệu mạnh- vốn chiếm hơn 60% tổng doanh thu của chúng tôi đã tiếp tục dẫn dắt vị thế hàng đầu và tăng trưởng với tốc độ gần như gấp đôi mức tăng trưởng chung của tập đoàn.



## Chiến lược của chúng tôi

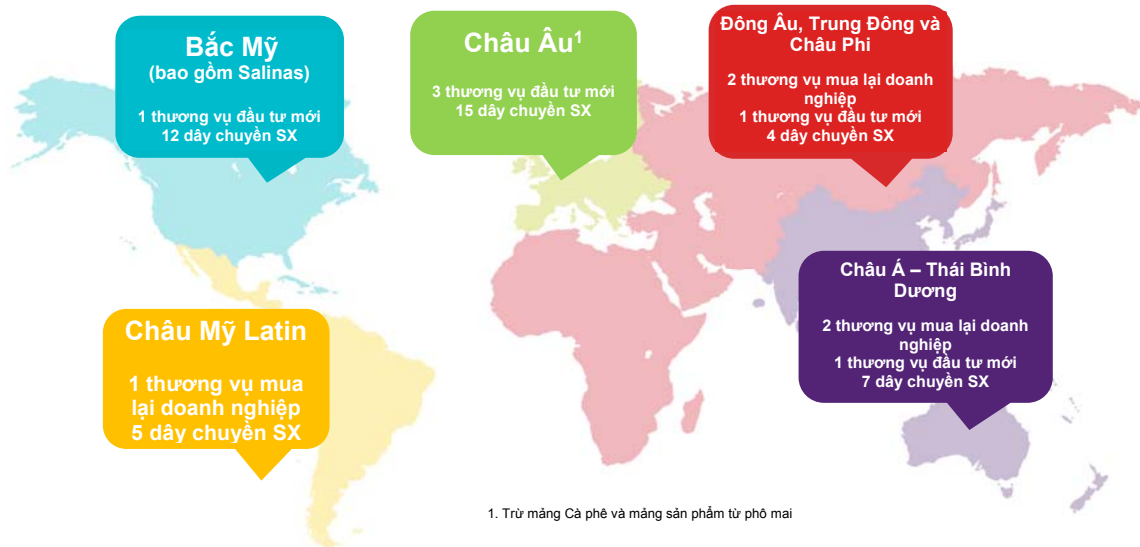
Là nhà sản xuất thực ăn nhẹ toàn cầu, chúng tôi tận dụng các lợi thế cạnh tranh để đạt được 2 mục tiêu chính: đạt doanh thu hàng đầu thế giới và là môi trường làm việc lý tưởng cho nhân viên.

Chúng tôi đạt được các mục tiêu này bằng cách thực hiện 5 chiến lược:



## Liên tục đầu tư để thúc đẩy tăng trưởng

Chúng tôi đang tiếp tục đầu tư vào các Thương hiệu mạnh, nền tảng sáng tạo, công nghệ và cơ sở hạ tầng để thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Từ năm 2012, chúng tôi đã đầu tư 1,5 tỉ USD xây dựng các nhà máy mới cũng như nâng cấp các nhà máy hiện có nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển của tập đoàn.



1. Trừ mảng Cà phê và mảng sản phẩm từ phô mai

## Hành động vì một cuộc sống vui khỏe

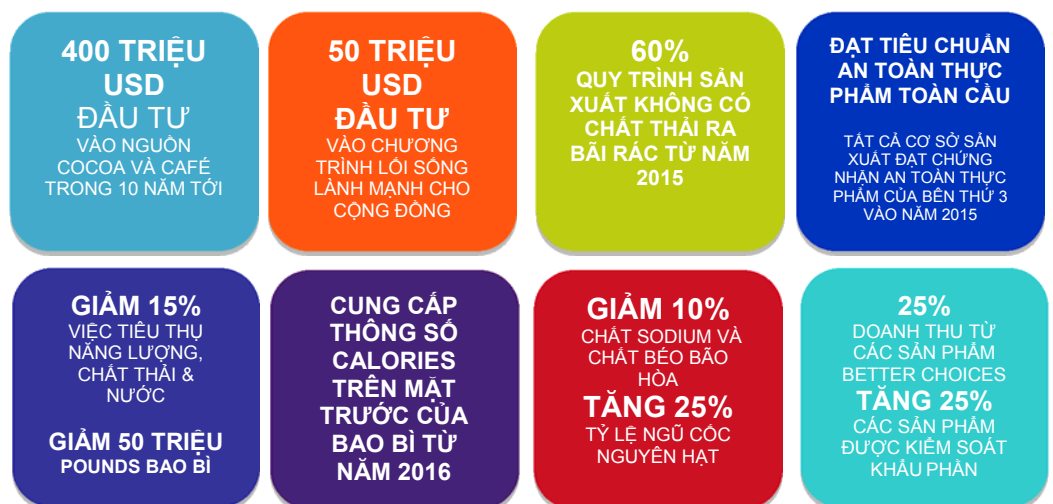
the call for well-being )))

Chúng tôi tin rằng kết quả kinh doanh khả quan sẽ tùy thuộc vào sự phát triển tốt đẹp của xã hội. Nằm trong chiến lược phát triển của tập đoàn, Mondelēz International đã khởi động “Hành động vì cuộc sống vui khỏe” – một chương trình hoạt động để bản thân doanh nghiệp chúng tôi cùng các nhà cung cấp và đối tác thúc đẩy tăng trưởng bằng các phương thức mới nhằm đem lại các tác động tích cực cho hành tinh của chúng ta.

Chương trình “Hành động vì cuộc sống vui khỏe” tập trung vào 4 lĩnh vực hoạt động chính, mỗi lĩnh vực có các mục tiêu rõ ràng nhằm đem lại tác động tích cực cho doanh nghiệp nói riêng và cho xã hội nói chung.

- Dùng thức ăn nhẹ có ý thức:** bao gồm 2 định hướng. Trước hết là cải thiện thành phần dinh dưỡng của các sản phẩm hiện tại. Mục tiêu của chúng tôi là giảm 10% chất sodium và chất béo bão hòa đồng thời tăng tỷ lệ ngũ cốc nguyên hạt lên 25% vào năm 2020. Tiếp đến là chuyển hóa danh mục sản phẩm thông qua sáng tạo các sản phẩm mới. Chúng tôi sẽ đẩy mạnh các sản phẩm Better Choice chiếm 25% doanh thu vào năm 2020 và tăng 25% các sản phẩm có đóng gói phân nhỏ giúp người dùng kiểm soát khẩu phần ăn dễ dàng hơn. Chúng tôi cũng sẽ giúp người tiêu dùng có nhiều thông tin với các lựa chọn thức ăn nhẹ của mình bằng cách cung cấp thông số calories trên mặt trước của bao bì vào cuối năm 2016.
- Phát triển bền vững:** Để có thể tạo nên những khoảnh khắc tận hưởng vị ngon tuyệt hảo, chúng tôi khởi đầu từ nông dân, cộng đồng những người trồng trọt nguyên liệu. Chúng tôi đã hỗ trợ nông dân tạo nên các cộng đồng vững mạnh với khoản đầu tư 600 triệu USD trong 10 năm cho các chương trình Cocoa Life và Coffee Made Happy- các chương trình biểu trưng của Mondelēz International. Chúng tôi **cũng** thúc đẩy chương trình đa dạng sinh thái và các hoạt động vì môi trường thông qua Harmony, chương trình cung cấp giống lúa mì tại Châu Âu. Đến cuối năm 2015, chúng tôi sẽ giảm 15% tiêu thụ năng lượng, chất thải và tiêu thụ nước, giảm 50 triệu pounds bao bì và có 60% quy trình sản xuất không có chất thải ra bãi rác. Chúng tôi vẫn tiếp tục tập trung vào mục tiêu giảm 15% tiêu thụ năng lượng và nước. Ngoài ra để giảm thiểu vấn nạn biến đổi khí hậu do phá hoại rừng, chúng tôi là thành viên của Hội nghị bàn tròn về Dầu cọ bền vững (Roundtable for Sustainable Palm Oil) để đảm bảo nguồn gốc của 100% dầu cọ được sử dụng, đồng thời yêu cầu các nhà cung cấp cũng phải đảm bảo khả năng truy xuất nguồn gốc dầu cọ vào cuối năm 2015.
- Bảo đảm tiêu chí an toàn:** Đến năm 2015, tất cả các cơ sở sản xuất của chúng tôi sẽ đạt được chứng nhận an toàn thực phẩm của một tổ chức kiểm định độc lập và tập đoàn đang đạt được những bước **tiến** đầy triển vọng. Trong năm 2014, 90% cơ sở sản xuất của chúng tôi đạt chứng nhận FSSC-22000.
- Vì cộng đồng:** Trong vài năm tới, chúng tôi đầu tư 50 triệu USD vào các chương trình hợp tác cộng đồng để thúc đẩy các chương trình xây dựng lối sống lành mạnh, tập trung giáo dục kiến thức về dinh dưỡng, khuyến khích lối sống năng động và sử dụng thực phẩm tươi sạch. Để đánh giá quá trình thực hiện này, chúng tôi hợp tác với Trường Y tế Công Cộng thuộc Đại học Yale để xây dựng bộ chỉ số đánh giá hoạt động (KPIs) áp dụng cho tất cả các hoạt động. Nghiên cứu của chúng tôi được công bố trong Bản tin Thực phẩm và Dinh dưỡng (Food and Nutrition Bulletin) cho các chuyên gia sức khỏe cộng đồng tại hơn 125 quốc gia.

Chúng tôi không thể giải đáp cho tất cả những thách thức hiện nay. Nhưng thông qua chương trình “Hành động vì một cuộc sống vui khỏe”, chúng tôi tìm kiếm các giải pháp có tác động lớn bằng cách hợp tác với các đối tác và chuyên gia trên toàn thế giới để cùng biến những ý tưởng mạnh mẽ đó thành hiện thực tại địa phương. Tham khảo về tiến trình thực hiện chương trình này tại trang “Cuộc sống vui khỏe” trên website của chúng tôi.



## Thông tin bổ sung :

### Trụ sở doanh nghiệp

Tập đoàn Mondelez International  
 Three Parkway North, Suite 300  
 Deerfield, IL 60015  
 USA

### Báo chí

+1-847-943-5678  
[news@mdlz.com](mailto:news@mdlz.com)

### Nhà đầu tư

+1-847-943-5454  
[ir@mdlz.com](mailto:ir@mdlz.com)

### Đơn vị vận chuyển

Wells Fargo Shareowner Services  
 1110 Centre Pointe Curve, Suite 101  
 Mendota Heights, MN 55120  
[stocktransfer@wellsfargo.com](mailto:stocktransfer@wellsfargo.com)

Listed on the NASDAQ Global Select Market Ticker: MDLZ

Members of Standard & Poor's 500, NASDAQ-100 Indices and Dow Jones Sustainability Index

[www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com)



[www.facebook.com/mondelezinternational](http://www.facebook.com/mondelezinternational)



[www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ)



[www.linkedin.com/company/mondelezinternational](http://www.linkedin.com/company/mondelezinternational)



[www.youtube.com/mdlz](http://www.youtube.com/mdlz)

Tài liệu này chứa một số tuyên bố định hướng tương lai. Từ, và các biến thể của từ, chẳng hạn như "sẽ", "hy vọng", "dự định" và những từ tương tự được dùng để xây dựng tuyên bố định hướng tương lai của chúng tôi. Ví dụ về các tuyên bố hướng tới tương lai bao gồm, nhưng không giới hạn các yếu tố sau: khi mô tả về kết quả kinh doanh trong tương lai của chúng tôi; các nhân tố thúc đẩy cho kết quả hoạt động trong tương lai của chúng tôi, bao gồm cả các khoản đầu tư; và sáng kiến "vì một cuộc sống vui khỏe" của chúng tôi. Các tuyên bố định hướng tương lai có thể một số rủi ro và không chắc chắn, trong đó có nhiều điều ngoài tầm kiểm soát của chúng tôi, có thể gây ra kết quả thực tế khác hẳn so với những chỉ ra trong báo tuyên bố định hướng tương lai của chúng tôi. Yếu tố này bao gồm, nhưng không giới hạn các yếu tố: rủi ro từ hoạt động trên toàn cầu và thị trường mới nổi, sức tiêu dùng giảm, sự biến động liên tục của chi phí hàng hóa và chi phí đầu vào khác, chính sách về giá, tình hình kinh tế liên tục suy yếu, sự gián đoạn kinh doanh, cạnh tranh gia tăng và những thay đổi trong luật thuế. Để biết thêm thông tin về những điều này và các yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến báo cáo định hướng tương lai của chúng tôi, vui lòng theo dõi các yếu tố rủi ro chúng tôi đề cập, vì chúng có thể được cập nhật theo thời gian, được quy định trong hồ sơ của chúng tôi với SEC, trong đó có Báo cáo thường niên gần đây nhất của chúng tôi nộp theo mẫu 10-K. Chúng tôi từ chối và không có nghĩa vụ phải thực hiện bất kỳ cập nhật hoặc sửa đổi bất kỳ tuyên bố định hướng tương lai trong tài liệu này, trừ trường hợp theo pháp luật hoặc quy định hiện hành.