

Kinder®



במהלך 40 השנים האחרונות התפתח קינדר כמותג מטריה באמצעות השקת מגוון רחב של מוצרים חדשניים, החל מחטיפים ועד לכיצי עם הפתעה, ממוצרים מצוננים למוצרי שוקולד ומהצעות עונתיות לחטיפים אפויים

והעובדה שהוא אינו מכיל צבעי מאכל וחומרים משמרים. זאת ועוד, כל חפיסה של שוקולד קינדר מכילה מנות רבות, ארוזות בנפרד, כך שאימהות יכולות לשלוט בכמות שהן נותנות לילדיהן.

Kinder bueno



קינדר בואנו, רגע של המאה.

קינדר בואנו הושק לראשונה באיטליה ב-1990 כחטיף לפינוק עצמי לבני נוער ולמתבגרים. קינדר בואנו הוא חטיף ופל שוקולדי ופריך עם מילוי קרמי רך, המעניק טעמים ותחושות מנוגדים. קינדר בואנו מספק רגע של התענגות, שאפשר ליהנות ממנה גם עם חברים, הודות לאריזה השימושית שלו, שבתוכה נמצאים שני חטיפים ארוזים בנפרד.



Kinder JOY

קינדר ג'וי: ההפתעות לעולם לא נגמרות.

קינדר ג'וי, שהושק לראשונה באיטליה ב-2001 תחת השם Kinder Merendero, מייצג שלוש משאלות במוצר אחד: הוא מציע חטיף טעים, את ההנאה שבהפתעה, וצעצוע קטן ומהנה. במוצר אחד, הילדים נהנים מקרם קקאו-אגוזים טעים, קרם חלב עם שני כדורי ופל קקאו פריכים והפתעה יצירתית. קינדר ג'וי הוא מותג המגשים

קינדר הוא רעיון אדיר פרי יצירתו של מיקלה פררו. המותג נולד באיטליה בשנת 1968 כחטיבה של קבוצת פררו, שמפתחת מוצרים המתוכננים בעיקר עבור ילדים. "לקרב הורים וילדים זה לזה" היא הפילוסופיה של קינדר, ובמשך 40 שנה פילוסופיה זו יושמה בבתיאן של מיליוני משפחות ברחבי העולם.

כיום, קינדר הוא מותג מוכר ומכובד, אשר נולד באירופה אולם הוא מתפשט במהירות בכל רחבי העולם. ראשיתו של המותג במוצר הראשון שיוצר: שוקולד קינדר. המותג התפתח כמותג מטריה ראשי, הודות למגוון רחב של מוצרים חדשניים החל מחטיפים ועד לכיצי הפתעה, ממוצרים מצוננים למוצרי שוקולד וממוצרים במהדורה מוגבלת לחטיפים אפויים. תחת קינדר פועלת משפחה של מוצרים חדשניים וטעמים, כמו שילדים אוהבים, מחומרי גלם איכותיים, המיוצרים עם הדאגה ועם תשומת הלב שההורים דורשים.

שלושה מותגי מפתח

Kinder® Chocolate

שוקולד קינדר: השוקולד שתוכנן עבור ילדים.

שוקולד קינדר היה המוצר הראשון שהושק, תחילה באיטליה ב-1968 ואחר כך במדינות אחרות בעולם, והוא אחד מאבני הדרך המזוהות ביותר עם קינדר, וללא ספק המוצר המזוהה והמייצג ביותר מבין כלל מוצרי המותג.



שוקולד קינדר הוא מוצר עם "יותר חלב וכחות קקאו". שוקולד שמספק את התשוקה של ילדים למוצר טעים, בעוד האימהות מרוצות משיעור החלב הגבוה שלו, איכות החומרים

2007
השקה ראשונה של
קינדר ג'וי בישראל.

2001
פררו משיקה
את קינדר ג'וי.

1991
השקה ראשונה של
קינדר בואנו בישראל.

1990
פררו משיקה
את קינדר בואנו.

1986
השקה ראשונה של
שוקולד קינדר בישראל.

1968
מיקלה פררו משיק
את שוקולד קינדר.



לקינדר תקנים מחמירים במיוחד בנושאי:

- בחירת מרכיבים: מחקר קפדני ומעמיק והקפדה על עקביות.
- עיבוד רכיבים: לשם כך פיתחה קינדר ושיכללה תהליכים תעשייתיים המבטיחים את שימור הערכים התזונתיים של כל החומרים המזינים ברכיבים השונים.
- קביעת גודל המנה: התחשבות בצרכיהם התזונתיים של ילדים ובצורכי האנרגיה שלהם.

קינדר ג'וי, המשווק בארצות הברית, זמין בנקודות מכירה בכל רחבי ישראל, ממטולה בצפון ועד אילת בדרום, במרכולים, במכולות, בחנויות ובמעל 10,000 קיוסקים. קינדר ג'וי הוא אחד משלושת המוצרים הנמכרים ביותר בשוק הישראלי (מקור: נילסן, קטגוריית חטיפי שוקולד, נתח כספי, אוגוסט 2012).

קינדר ג'וי היא המוצר הנמכר ביותר בקטגוריית ביצי ההפתעה בישראל (מקור: נילסן, קטגוריית חטיפי שוקולד, נפח וערך מכירות, יולי 2013).

באוגוסט 2013 הושקה, בתמיכת פרסומת טלוויזיה חדשה, סדרת צעצועים חדשה לביצי קינדר ג'וי הכוללת דמויות מהסרט "בית ספר למפלצות" של דיסני. מכיוון שהסרט "בית ספר למפלצות" יצא לאקרנים בישראל באותו הזמן, נערכו גם פעילויות לקידום המותג במתחמי סינמה סיטי.

כדי ליצור התרגשות לקראת ה"הפתעות המפלצתיות" החדשות הוצבו ברשתות הגדולות ביותר בישראל חומרי קידום מכירות ייחודיים, שנועדו למטרה זו בלבד והופיעו בהם דמויות מתוך הסרט "בית ספר למפלצות" לצד דמות הביצה של קינדר - קינדרינו.

בינואר 2014 מתכוונת החברה להציג אוסף חדש של צעצועים באמצעות פרסומת טלוויזיה חדשה ומגוון פעילויות כיפיות.

בישראל (מקור: נילסן, קטגוריית חטיפי שוקולד, נפח מכירות, יולי 2013).

צעירים ומתבגרים נהנים מטעמו המיוחד של קינדר בואנו ומהשילוב בין פריכות לקרמיות ה"מעורר את החושים": צורתו מושכת את העין, אגוז הלז הארומטי מגרה את חוש הריח, קול הוופל הפריך המתפצח מרגש את האוזניים ומילוי החלב והאגוזים הרך מפתה את בלוטות הטעם.

קינדר בואנו נתפס בקרב צעירים כמותג "קול" מכיוון שהפרסום המוצלח תחת הסיסמה "מעורר את החושים" מקושר למוזיקה, לריקודים, לאופנתיות ולמקובלות חברתית.

במאי 2013 הושקה בשוק הישראלי פרסומת טלוויזיה חדשה בבימויו של הבמאי הישראלי, אלי סברדלוב.

בשנה שעברה השיקה קינדר בואנו גם את "קינדר בואנו live concert", מבצע שבמסגרתו זכו 36 זוגות בכרטיסי VIP להופעה לבחירתם באירופה, כולל כרטיסי טיסה ולינה למשך סוף השבוע.

גם במהלך 2014 צפויות הפתעות וחגיגות נוספות.

קינדר ג'וי: "שלוש חוויות בחטיף אחד!"

בעקבות שנים רבות של הצלחת ביצת ההפתעה של קינדר - שהפכה לסמל, בשנת 2007 הושק בישראל חידוש למוצר - קינדר ג'וי: חטיף טעים, קרמי ופריך, שנהנים ממנו באמצעות כפית והפתעה.

את משאלות הילדים, עונה על דרישות ההורים, מציע טעם משובח, מעורר שמחה ומגרה את הדמיון. קינדר ג'וי מאופיין בשלוש חוויות במוצר אחד: טעם - שנובע מן המתכון המיוחד של המוצר; דמיון - מההפתעה שבצעצועים; וכיף - מההנאה שבמשחק בצעצועים.

פעילות המותג בישראל

למותג קינדר יש היסטוריה של 25 שנים בישראל מאז הושק כאן לראשונה. שוקולד קינדר הושק בישראל ב-1986, ובעקבותיו הושקו קינדר בואנו ב-1991 וקינדר ג'וי ב-2007.

שוקולד קינדר: שוקולד איכותי לילדים

שוקולד קינדר ביסס את עצמו בישראל הן עבור ילדים והן עבור אימהות. ילדים מעדיפים את החטיף בטעם החלב, הארוז באריזה אישית, המיוצר בגודל אצבע כך שיתאים לידים קטנות. אימהות מעדיפות אותו מכיוון שהן רגועות מאיכות חומרי הגלם, ממילוי החלב ומהיכולת לשלוט במספר המנות ובכמות הממתק.

בספטמבר 2013 עלתה לאוויר בישראל פרסומת טלוויזיה חדשה כדי להחיות את פרסום המותג.

גם ערכי המשפחה ופיתוח הדמיון חשובים לקינדר, ולכן לאחר ההצלחה הגדולה בשנה שעברה קינדר חזרה על הפעילות הדיגיטלית לעידוד היצירתיות: תחרות "לוח הגיר הגדול גם השנה": אתר אינטרנט מיוחד בכתובת www.kinderart.co.il, שבו יכולים ילדים לצייר ציורים שהטובים מביניהם ישוחררו ויוצגו בתל אביב על גבי לוח פרסום החוצות הגדול ביותר (הקיר של קניון עזריאלי).

בחודש מרס 2013 נערך בישראל בפעם השנייה מבצע קידום מכירות נוסף, שנחל הצלחה בשנת 2012, "הפנים החדשות של שוקולד קינדר". לאתר קינדר הועלו כמעט 10,000 תמונות של ילדי ישראל, ושלושת התמונות שזכו למרב ההצבעות ברשת יופיעו על גבי אריזות השוקולד של קינדר בישראל בתקופת פסח בשנת 2014.

קינדר בואנו: "מעורר את החושים"

כיום, קינדר בואנו הוא חטיף השוקולד הנמכר ביותר