



Siaran Pers

Untuk Disiarkan Segera

Kontak:

Khrisma Fitriasaki

Corporate and Government Affairs

Mondelez Indonesia

Email: Khrisma.Fitriasaki@mdlz.com

Phone: +6221 7919 8822

Mitra Vinda

Director

Alchemy Creative Communications

Email: vinda@alchemy.co.id

Phone: +6221 739 9922

“Oreo Van Berbagi Keajaiban”: Hadirkan Inspirasi Ta’jil yang Lezat dan Kreatif

Terinspirasi dari kampanye global, “Berbagi Keajaiban”, Oreo persembahkan momen istimewa di bulan Ramadan untuk saling berbagi

Jakarta, 10 Juni 2016 – Berangkat dari kebutuhan akan hidangan berbuka puasa yang kreatif dan berbeda, Oreo mempersembahkan “**Oreo Van**”, mobil unik yang akan singgah di tempat-tempat ramai selama bulan Ramadan, menawarkan berbagai kudapan lezat dan kreatif terbuat dari biskuit Oreo untuk disantap sebagai ta’jil saat berbuka puasa. “Oreo Van” terinspirasi dari kampanye global Oreo, yaitu “Berbagi Keajaiban”, dan hal ini sejalan dengan tradisi berbagi di bulan Ramadan yang sarat dengan momen berbagi.

Bulan suci Ramadan adalah momen istimewa yang diwarnai oleh beragam tradisi dan kebiasaan. Di Indonesia, salah satu hal yang paling identik dengan bulan puasa adalah pentingnya variasi menu yang kreatif agar tidak merasa bosan dan menambah nikmat terutama ketika berbuka puasa.

Antusiasme konsumen menyambut Ramadan sudah sangat terasa, bahkan mereka sudah mulai mempersiapkan berbagai menu andalan mulai dari ta’jil hingga menu utama. Tak hanya itu, banyak juga tempat makan yang menyediakan menu khusus yang menarik dan cocok untuk berbuka puasa mengingat tak selalu kita ingin bersantap di rumah.

Berbagi dengan sesama di bulan Ramadan telah menjadi kebiasaan, dan ada bermacam cara untuk berbagi kebahagiaan dengan orang lain. Cara sederhana yang dapat kita lakukan adalah berbagi kebersamaan, berbagi sesuatu yang bermanfaat seperti tips Ramadan untuk hidangan buka dan sahur atau tips agar tetap bugar selama menjalankan puasa.

Momen berbagi di bulan Ramadan tidak hanya dimiliki oleh individu, namun juga oleh perusahaan atau *brand* yang memiliki kepedulian terhadap sekelilingnya dan ingin berbagi dengan konsumennya. **Dian Ramadanti, Brand Manager Oreo, Mondelēz Indonesia** mengatakan, “Selama 30 hari dari pagi hingga sore menahan haus dan lapar, waktu berbuka adalah sangat bermakna dan dinantikan. Oleh sebab itu hidangan pembuka atau ta’jil yang variatif dan lezat dapat menambah keceriaan di waktu berbuka bersama keluarga, kerabat atau teman.”

Dian kemudian menjelaskan bahwa Oreo sebagai *brand* yang sangat akrab dengan konsumennya juga ingin menghadirkan momen yang istimewa dengan saling berbagi. Oreo ingin berbagi nikmat berbuka puasa melalui “Oreo Van” unik dalam konsep *food truck* yang kini sedang populer dihadirkan di Jakarta, Surabaya dan Bandung sebagai bentuk apresiasi terhadap para konsumen setia Oreo yang tetap dapat menikmati sensasi khas rasa Oreo untuk berbuka selama bulan Ramadan.

Untuk menambah semarak momen berbuka puasa bersama “Oreo Van”, hadir untuk menemani para konsumen, **Omesh** dan **Andien**, dua sosok yang memiliki karakter yang *fun*, menyenangkan serta gemar



berbagi keajaiban dengan orang lain. Selama “Oreo Van” dihadirkan di Jakarta pada 10-12 Juni dan 17-19 Juni (**tanggal 11 Juni Oreo Van berlokasi di Summarecon Bekasi dimeriahkan oleh Omesh**), di Surabaya pada 17-19 Juni (**tanggal 19 Juni Oreo Van berlokasi di Taman Bungkul**) dan di Bandung pada 24-26 (**tanggal 25 Juni Oreo Van berlokasi di Ciwalk dimeriahkan oleh Andien**) konsumen dapat menikmati lezatnya **Frappuccino with Oreo, Green Tea Milkshake with Oreo, Silky Pudding with Oreo, Cheesecake with Oreo** dan beberapa kreasi lainnya. Konsumen sangat menyambut baik adanya tips ta’jil yang kreatif dan berbeda dari Oreo, karena selain bisa kumpul bersama teman-teman di “Oreo Van” untuk saling berbagi kita juga bisa mencoba menyunya di rumah.

Dengan kehadirannya selama lebih dari 100 tahun, Oreo telah membawa berjuta momen kebahagiaan dan keajaiban bagi konsumennya di seluruh dunia. Di Indonesia, Oreo telah lama hadir melalui produk yang sangat digemari antara lain, biskuit Oreo dengan rasa vanilla, coklat, strawberry dan lain-lain hingga Oreo softcake.

“Berbagi Keajaiban” ala Oreo diwujudkan dalam bentuk persembahan kudapan berbuka puasa yang menggugah selera dan berbeda dari hidangan berbuka atau ta’jil pada umumnya. Selain dinikmati di tempat, **“Oreo Van Berbagi Keajaiban”** juga memberikan tips untuk ta’jil yang mudah dan praktis dan dapat dicoba sendiri di rumah. “Kreasi-kreasi menu ta’jil yang kreatif ini diharapkan akan menjadi sesuatu yang dinantikan saat berbuka puasa. Selain itu kehadiran Omesh dan Andien tentunya memberikan nilai lebih bagi kehangatan suasana berkumpulnya Oreo bersama konsumen,” tutup Dian.

-selesai-

Tentang Mondelēz Indonesia

Mondelēz Indonesia adalah bagian dari Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ); pemimpin global di industri coklat, biskuit, permen karet dan minuman bubuk. Dengan sekitar 2.600 karyawan dan fasilitas produksi di Karawang, Cikarang dan Bandung; Mondelēz Indonesia telah menjadi bagian dari masyarakat Indonesia. Mondelēz Indonesia memiliki berbagai merek yang sudah menjadi ikon global seperti *Oreo*, keju *Kraft*, *Cadbury Dairy Milk*, dan *Toblerone*; serta *Biskuat* sebagai merek unggulan lokal. Sebagai perusahaan coklat terbesar di dunia, Mondelēz berkomitmen untuk berkontribusi kepada masyarakat dengan berinvestasi pada pertanian berkelanjutan, pengurangan limbah dan promosi gaya hidup sehat. Sejak Oktober 2012, program Cocoa Life telah dimulai untuk membangun pasokan berkelanjutan dan mengembangkan komunitas di berbagai negara penghasil coklat utama, termasuk Indonesia.

Website : www.Mondelēzinternational.com
Facebook : www.facebook.com/Mondelēzinternational
Twitter : www.twitter.com/MDLZ.

Tentang Oreo

OREO adalah biskuit favorit dunia yang dinikmati oleh setiap anggota keluarga di lebih dari 100 negara di dunia. Sebagai salah satu merek ternama Mondelēz Internasional, OREO adalah biskuit terlaris abad ke-21 dengan pendapatan tahunan global lebih dari US\$ 2 miliar. OREO memiliki komunitas Facebook dengan lebih dari 25 juta pecinta OREO, yang mewakili lebih dari 200 negara serta puluhan bahasa yang berbeda. Facebook Page OREO berada di peringkat lima besar dunia.

