Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T
Tầng 5 tòa Times Tower - HACC1
số 35 Lê Văn Lương, phường Nhân Chính, Thanh Xuân, Hà Nội.
Tel: (84 - 024) 73 094 688
Fax: (84 - 024) 73 094 686
Thành lập: 08/03/2007
Niêm Yết: 26/7/2013

BẢN TIN IR

Tháng 2/2018

1. FIT: THỰC HIỆN " TẾT YÊU THƯƠNG – TẾT ẤM NO" TRONG DỊP TẾT MẬU TUẤT

Tết cổ truyền là thời điểm quan trọng nhất trong năm của dân tộc ta. Tết đoàn viên là thời điểm các người con Việt Nam trên khắp nẻo đường sẽ trở về ngôi nhà ấm áp của mình. Tuy nhiên, Tết cũng là thời điểm mà hơn ai hết những đồng bào có hoàn cảnh khó khăn, những cụ già neo đơn…cần hơn hết những động viên, san sẻ tình thương từ xã hội.

Chính vì thế, FIT đã tham gia tài trợ cho chương trình "Tết yêu thương" của nhóm thiện nguyện Hoa Chùm Ngây để mang tới một cái Tết ấm áp cho những hoàn cảnh khó khăn. Chương trình "Tết yêu thương" đợt này đã hướng tới các cụ già neo đơn và bệnh tật, đã thăm và phát quà tết cho 84 cụ tại trại Phong Phú Bình Thái Nguyên và 10 cụ tại trại phong Sóc Sơn.

Trong năm 2017, FIT đã tham gia các chương trình thiện nguyện như hàng tháng phát cơm chay tại các bệnh viện tại Hà Nội; hàng tháng cùng đồng hành tổ chức chương trình khám chữa bệnh miễn phí cho bà con nghèo trải dài khắp cả nước; các hoạt động nhân dịp Trung thu và năm mới…

Vì vậy năm 2018, Ban lãnh đạo công ty tiếp tục xây dựng công ty theo hướng phát triển bền vững, vì sự phát triển chung của cộng đồng và nỗ lực không ngừng, tích cực tham gia các hoạt động xã hội, góp phần cải thiện và nâng cao đời sống của người dân Việt Nam.

2. NĂM 2017 – FIT ĐẨY MẠNH CÁC HOẠT ĐỘNG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

Trong năm 2017, FIT và các công ty thành viên đã tích cực tổ chức và tham gia các hoạt động xã hội theo đúng như chiến lược đã đặt ra cho năm 2017 là xây dựng thương hiệu FIT và các công ty thành viên trở thành những doanh nghiệp phát triển bền vững, vì sự phát triển chung của xã hội.

Các hoạt động xã hội thể hiện trách nhiệm cộng đồng của FIT và các công ty con trong năm 2017 rất đa dạng và có quy mô hơn so với các năm trước. Cụ thể là:

- 3,000 suất cơm chay: Phát tặng tại bệnh viện K, viện bỏng và viện châm cứu
- 3,000 hộ gia đình nghèo: Được hỗ trợ khám chữa bệnh và tặng quà
- 10,000 thùng nước Vikoda: Được tài trợ tại các giải golf lớn
- 13,000 suất quà : Được tài trợ tại cho Trung thu
- 100 triệu đồng: Rocket tài trợ cho bệnh viện nhiệt đới, đẩy lùi bệnh sốt xuất huyết
- Và các hoạt động hướng nghiệp, tọa đàm cho Sinh viên

Hướng tới năm 2018, tập đoàn FIT sẽ tiếp tục tham gia và thực hiện nhiều hơn nữa các hoạt động xã hội có quy mô hơn, với mong muốn đóng góp cho việc xây dựng xã hội ngày càng phát triển, cải thiện và nâng cao đời sống của người dân Việt Nam.

3. NƯỚC KHOÁNG THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH VIKODA XUẤT HIỆN TRÊN VTV1

Tiếp nối Tero, Đảnh Thạnh là nhãn hiệu thứ hai của tập đoàn FIT xuất hiện trên Bản tin kinh doanh trưa của đài VTV1. Bản tin tài chính kinh doanh trưa được phát vào khung giờ từ 12h40-13h00 từ Thứ 2 đến Thứ 6 hàng tuần trên VTV1 cập nhập thông tin mới nhất trên thị trường tài chính và nhận được sự quan tâm của đông đảo bạn xem truyền hình.

Với hơn 40 năm lịch sử phát triển, Đảnh Thạnh đã là một cái tên quen thuộc với người tiêu dùng trong cả nước, đặc biệt là ở các tỉnh khu vực miền Trung. Với nguồn nước khoáng thiên nhiên có độ PH trên 8.5, được khai thác trực tiếp tại một trong những nguồn nước khoáng quý hiếm, Đảnh Thạnh đã ghi dấu ấn lớn trên thị trường nước uống tại Việt Nam. Đặc biệt là trong năm 2017, Đảnh Thạnh đã vinh dự được chọn là nhà tài trợ nước cho một số hội nghị quan trọng của Hội nghị cấp cao APEC tổ chức tại Đà Nẵng. Và đây là cơ hội để công ty – đại diện cho các thương hiệu Việt, quảng bá tới bạn bè quốc tế về nguồn nước khoáng tự nhiên hiếm có, về sự đa dạng tài nguyên của đất nước cũng như thể hiện được sự phát triển mạnh mẽ của các thương hiệu Việt.

Kể từ khi chính thức trở thành một thành viên của FIT Group, Đảnh Thạnh Vikoda đã có những bước chuyển mình mạnh mẽ, không chỉ củng cố thêm uy tín và sự tin cậy vốn sẵn có bởi lịch sử lâu đời mà còn đang trên đà hướng tới vị trí của những doanh nghiệp nước uống hàng đầu tại Việt Nam. Với chiến lược phát triển đặt trọng tâm vì sự phát triển bền vững, mang lại sức khỏe cho người tiêu dùng, Đảnh Thạnh Vikoda đang nỗ lực để trở thành một thương hiệu mạnh, uy tín không chỉ trong nước mà còn vươn xa, đặt dấu ấn trên thị trường quốc tế.

4. FIT COSMETICS: DR KOOL HƯƠNG CHUỐI MỚI – CHĂM SÓC SỨC KHỎE RĂNG MIỆNG CHO BÉ

Tiếp nối thành công của sản phẩm kem đánh răng trẻ em Dr. Kool Junior hương cam và hương dâu, Fit Cosmetics vừa cho ra mắt sản phẩm Dr.Kool Junior hương chuối mới tăng thêm hương vị cho bé lựa chọn.

Chăm sóc sức khỏe răng miệng của trẻ là điều mà hiện nay tất cả các bậc phụ huynh đang quan tâm và là ưu tiên hàng đầu trong các gia đình Việt Nam. Mặc dù trên thị trường hiện nay có rất nhiều các sản phẩm kem đánh răng trẻ em, nhưng các dòng sản phẩm kem đánh răng Dr.Kool Junior với thành phần tự nhiên hiện đang được các bậc phụ huynh ưu tiên lựa chọn.

Luôn trung thành với phương châm đa dạng hóa sản phẩm để phục vụ tối đa nhu cầu của người tiêu dùng, FIT Cosmetics đã cho ra đời thêm sản phẩm kem đánh răng Dr.Kool Junior hương chuối mới có tác dụng bảo vệ răng sữa cho trẻ và tăng thêm sự lựa chọn cho bé.

Răng sữa của trẻ là bộ phận rất nhạy cảm, do đó thói quen ăn uống của trẻ vô tình làm cho răng trẻ bị sâu, sún, và gặp các bệnh về răng lợi,… Hiểu rõ điều đó, Dr. Kool Junior tinh chất hương chuối mới với thể gel cao cấp được sản xuất bởi công nghệ Hàn Quốc tiên tiến chứa 100% Xylitol giúp tăng cường khả năng kháng khuẩn để ngừa sâu răng hiệu quả, thành phần của kem không chứa Flouride nên rất an toàn cho bé khi bé lỡ nuốt phải. Dr Kool Junior mới được sản xuất với một công thức chuyên biệt đó là công thức không cay the cùng với hương trái cây chuối phù hợp với sở thích của trẻ. Bên cạnh đó, Dr Kool Junior hương chuối cũng được bổ sung thêm các loại vitamin, dưỡng chất giúp răng bé chắc khỏe, sáng bóng, đồng thời cũng kích thích các bé chải răng thường xuyên hơn.

Đặc biệt, bên cạnh các lợi thế vốn có là sản phẩm chất lượng, mùi hương được yêu thích, các thành phần có công dụng được ưa chuộng, Dr Kool hương chuối còn được FIT Cosmetics đưa ra thị trường với mức giá cạnh tranh hơn so với các sản phẩm cùng loại nhằm tạo điều kiện cho khách hàng sử dụng sản phẩm một cách phù hợp và kinh tế nhất.

Được đánh giá là dòng sản phẩm kem đánh răng có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường Việt Nam, Dr. Kool Junior nói riêng và các sản phẩm tiêu dùng của FIT Cosmetics nói chung đang đứng trước rất nhiều cơ hội để tạo sự đột phá, chiếm lĩnh thị trường, hướng đến mục tiêu "nâng tầm thương hiệu Việt". Đây cũng là chiến lược lâu dài được công ty mẹ F.I.T Group đặt ra đối với FIT Cosmetics để đưa FIT Cosmetics vươn lên top 05 công ty ngành hàng tiêu dùng lớn tại Việt Nam với sứ mệnh kết nối và nâng cao đời sống của người tiêu dùng Việt Nam qua những sản phẩm và dịch vụ có giá trị ưu việt.

Bản tin IR không nằm ngoài mục đích giúp Cổ đông, Khách hàng, Báo chí, CBCNV và các bên quan tâm khác có cái nhìn toàn cảnh, từ đó, đưa ra những đánh giá đúng đắn về giá trị F.I.T.

Bên cạnh đó, Bản tin IR cũng thể hiện tính công khai, minh bạch, tôn trọng của F.I.T với các bên liên quan đảm bảo các mối quan hệ giữa F.I.T và các bên liên quan hiệu quả, bền vững, đa chiều.

Phụ trách bản tin: Lê Khánh Huyền - Phòng Truyền thông Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T

Tầng 5 tòa nhà Times Tower – HACC1 số 35 Lê Văn Lương, phường Nhân Chính, Quận Thanh Xuân, Hà Nội.
(84-4) : 7309.4688 (109) huyen.lk@F.I.Tgroup.com.vn
www.fitgroup.com.vn www.facebook.com/F.I.Tgroup.com.vn