



MERCADO

Em 2011, o leite condensado da Nestlé, já há décadas batizado carinhosamente pelo consumidor brasileiro de Leite Moça, completa 90 anos de Brasil. Trata-se de um fenômeno mercadológico de vendas, tradição e de uma marca que se alinha entre as mais celebradas e respeitadas do país.

Leite Moça é um entre os inúmeros produtos que a Nestlé produz no Brasil. São atualmente mais de 1.000 itens sob 141 marcas, entre elas, MAGGI, Neston, NESCAU, Ninho, Classic, Sollys, Passatempo, NESCAFÉ, NESCAFÉ Dolce Gusto, Nestlé Purina, entre outras.

A empresa entrou, nos últimos anos, em segmentos de mercado em que não atuava, como produtos à base de soja, panettones, leites UHT com diferenciais nutricionais, sucos em pó, bebidas saudáveis prontas para beber e cestas natalinas.

PRODUTOS

A família Moça tem hoje 13 produtos, nas categorias biscoitos recheados, cereal matinal, chocolates, coberturas e recheios, doces de leite, docinhos, panettones e picolés, além do tradi-



cional leite condensado.

Em cada um desses segmentos, atua sempre com destaque na preferência do consumidor.

CONQUISTAS

Com quase 90 anos de Brasil, Leite Moça é uma das marcas mais tradicionais do país e a mais lembrada pelos brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Ipsos, maior empresa de pesquisa de mercado do Brasil.

São inúmeras as conquistas do produto. Dentre os principais prêmios, destacam-se alguns recebidos pela lata expandida, lançada em 2004. São eles: Embalagem do ano, conferido pela revista Embanews; Prêmio de Ouro por embalagem, da revista About Magazine; Prêmio de Inovação & Renovação dentre todos os lançamentos da Nestlé Brasil em 2004; e medalha de bronze de Inovação & Renovação, concedido pelo Grupo Nestlé, concorrendo com todos os lançamentos da Nestlé no mundo.

EVOLUÇÕES RECENTES

Desde outubro de 2009, o consumidor do Sul do Brasil já pode encontrar o tradicional Leite Condensado Moça na versão Tetra Pak ("caixinha").

Com a novidade, a Nestlé atendeu a uma necessidade específica da região, que tem preferência por embalagens em caixinha, e com isso ampliou sua participação de mercado no Sul.

Três meses após seu lançamento, a nova versão conquistava a liderança neste segmento de embalagens e as vendas superavam a expectativa da empresa em mais de 30%.

Após o sucesso na região Sul, o produto foi lançado também nas regiões Norte e Nordeste do país, como parte de uma estratégia nacional da companhia.

Com esse lançamento, a Nestlé espera ampliar sua participação no mercado de leite condensado em diversas regiões do Brasil, bem como atender a crescente demanda do consumidor local por esse formato de embalagem. A nova



versão, além de ser prática e proporcionar conveniência e comodidade, traz no verso da embalagem as receitas desenvolvidas com Leite Moça, ideais para colecionar.

Para apresentar o novo produto, a empresa investiu numa linguagem adequada à cultura e costumes do público destas regiões, com ações de comunicação nos pontos-de-venda e campanhas de mídia em rádio e carros de som.

COMUNICAÇÃO

A Nestlé é patrocinadora oficial da seleção brasileira e preparou uma novidade para os amantes de Leite Moça, colocando à disposição de seus consumidores nos pontos-de-venda de todo o país edições limitadas do clássico leite condensado Moça. Para presentear o público, o estilista Ronaldo Fraga desenvolveu duas latas especiais para o Mundial, com designs inspirados na camisa da seleção e no gramado de jogo, destacando as cores do Brasil.

Já para o lançamento do Leite Moça na caixinha, a McCann, agência de publicidade da empresa, desenvolveu a campanha 'Escolha ser feliz de Verdade', composta por anúncio em rádio – com jingle de 60 segundos – e materiais em pontos-



de-venda, sempre valorizando os momentos doces da vida com Leite Moça.

Leite Moça foi também a pioneira em 2010, dentre as marcas da corporação Nestlé, a entrar nas redes sociais, criando seu perfil no Twitter e Facebook, além de haver desenvolvido um site da marca com conteúdo exclusivo e proprietário. Toda essa presença digital está permanentemente a serviço do relacionamento interativo com o consumidor e o internauta, além de estarem integradas entre si.

Além disso, a marca desenvolveu também um aplicativo exclusivo para iPhone, que simula a lata de leite Moça e pode ser baixado gratuitamente na loja Apple Store, acessada pelo iTunes, player oficial da empresa. Em apenas quatro dias de seu lançamento, o aplicativo ocupou o segundo lugar em número de downloads.

HISTÓRIA

A jovem de trajes típicos que aparece no rótulo da embalagem é uma camponesa do século XIX. Naquela época, o leite condensado mais popular da Suíça tinha a marca La Laitière, que significa 'vendedora de leite'. Quando esse leite foi exportado para outros países procurou-se um nome equivalente na língua de cada região, sempre associado à figura da camponesa típica, com seus baldes de leite. Em espanhol, por exemplo, foi adotada a marca La Lechera.

No Brasil, quando o produto começou a ser importado (1890), adotou-se inicialmente – por falta de um equivalente adequado em português – o nome inglês *Milkmaid*, adaptação de La Laitière. Mas as pessoas tinham dificuldade para pronunciar esse nome e passaram a chamar o produto de 'esse leite da moça', referindo-se à ilustração da camponesa. A tradicional marca Leite Moça sur-

giu na década de 30, alguns anos depois do início da produção do leite condensado no País, que data de 1921. A empresa optou pela solução lógica de utilizar uma designação criada espontaneamente pelos consumidores e, desde então, o nome oficial do produto no Brasil seria Leite Moça.

A partir de 1937, com o sucesso do produto entre os consumidores brasileiros e a consolidação de sua designação abramileirada, a companhia decidiu assumir a tradição no rótulo e para a marca do produto, que passou em sua embalagem a conter as inscrições "Leite Condensado Marca Moça".

Em 1945 surgiria um importante marco na história do Leite Moça: o surgimento do Brigadeiro, hoje tradicional docinho da culinária brasileira. Conta-se que nesse ano, as eleitoras do Brigadeiro da Aeronáutica Eduardo Gomes, candidato à presidência da República, criaram o doce misturando Leite Moça com chocolate em pó, a fim de arrecadar fundos para sua campanha. O Brigadeiro perdeu a eleição para o General Eurico Gaspar Dutra, mas o outro brigadeiro, o de Leite Moça, tornou-se, com os anos, um dos docinhos prediletos de crianças e adultos no Brasil.

Ao longo das décadas, o Leite Moça passou a ser incorporado a um grande número de receitas e a culinária brasileira. Nos anos de 2004, vários produtos da sua embalagem passaram por uma grande reformulação e modernização. Entre

camponesa foi redesenhada, ganhando feições e traços mais contemporâneos e até mesmo a lata do produto foi repensada, ganhando um formato mais anatômico.

VALORES DA MARCA

Leite Moça é uma marca tradicional da linha de produtos Nestlé no Brasil. Segue todas as políticas e princípios de concepção e posicionamento institucional da companhia. Assim, é frequentemente vista como uma marca que respeita o consumidor, os funcionários envolvidos em sua elaboração e seus fornecedores.

A Nestlé é e deseja continuar sendo não só a empresa reconhecida por produzir uma das marcas de alimentos mais queridas do país, como é o caso do Leite Moça, como também a mais respeitada e confiável companhia de alimentos, bebidas, nutrição saúde e bem-estar do Brasil. Sempre alavancando sua posição de liderança através de uma performance maior que dos concorrentes. Com o objetivo de oferecer ao consumidor brasileiro produtos reconhecidamente líderes em qualidade e valor nutritivo, que contribuam para uma alimentação mais saudável e agradável, gerando sempre oportunidades de negócios para a Companhia e valor compartilhado com a sociedade brasileira.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE LEITE MOÇA E NESTLÉ

- A cada segundo, são vendidas sete unidades de Leite Moça;
- Leite Moça foi a primeira marca Nestlé produzida no Brasil;
- Em 2011, o leite condensado Nestlé completa 90 anos de Brasil;
- O produto chegou ao Brasil com a marca Milkmaid, mas os consumidores tinham difi-



em pronunciar e pediam a 'leite da moça'. A Nestlé optou por mudar o nome do produto para Leite Moça. O Brasil é o país que leva esta marca; Nestlé inventou o café solúvel em 1938, o primeiro do Governo Brasileiro; Nestlé é pioneira em adicionar cereais integrais em cereais matinais.

