



Nestlé

Good Food, Good Life

MERCADO

A Nestlé é a maior empresa mundial de nutrição, saúde e bem-estar e opera em 83 países com marcas mundialmente consagradas. No Brasil, instalou a primeira fábrica em 1921, na cidade paulista de Araras, para a produção do leite condensado *Milkmaid*, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça por milhões de consumidores. Atualmente, a rede de distribuição dos produtos cobre mais de 1.600 municípios dos mais diversos tamanhos. A Nestlé Brasil e suas empresas coligadas estão presentes em 98% dos lares brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel. A empresa tem 30 unidades industriais, localizadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do

Sul e Espírito Santo. O Brasil ocupa o segundo maior mercado do Grupo Nestlé no mundo em volume de produção e faturamento. A empresa manteve em 2010 todos os seus planos de investimento, como a instalação em março de uma nova unidade de fabricação de leites líquidos em Carazinho-RS. A capacidade de produção da nova planta é de 150 milhões de litros de leite/ano. A subsidiária brasileira foi a que mais cresceu dentro do Grupo. A Nestlé Brasil também é referência para o Grupo no desenvolvimento de ações para o segmento de baixa renda, uma das plataformas estratégicas mundiais de crescimento. Em junho de 2010, a Nestlé inaugurou o primeiro supermercado flutuante do Brasil para atender as populações ribeirinhas da Amazônia. Batizado de Nestlé Até Você a Bordo, o barco sai do porto de Belém, percorre 18 municípios que compõem a região da Ilha de Marajó até a cidade de Almeirim, já na região do Baixo Amazonas, e retorna a Belém. Todo o percurso é feito em torno de 18 dias e a embarcação permanece cerca de um dia em cada cidade. A estimativa é atender um público de 800 mil pessoas/mês, ampliando a presença das marcas da Nestlé nos lares brasileiros.



PRODUTOS

A atuação da Nestlé Brasil abrange segmentos de mercado achocolatados, biscoitos, cafés, cereais, cereais matinais, águas, chocolates, culinários, lácteos, refrigerados, sorvetes, nutrição infantil (fórmulas infantis, cereais infantis e papinhas prontas para o consumo), nutrição clínica e de performance, produtos à base de soja, alimentos para animais de estimação e serviços para empresas e profissionais da área de alimentação fora do lar. A Nestlé emprega cerca de 20 mil colaboradores diretos e gera outros 220 mil empregos indiretos, que colaboram na fabricação, comercialização e distribuição de mais de 1.000 itens.

CONQUISTAS

A Nestlé é frequentemente vista como uma empresa que respeita o consumidor, seus funcionários, parceiros e fornecedores. Coleciona inúmeros prêmios e reconhecimento, entre eles, "Prêmio As 100 Marcas mais Valiosas do Brasil", "Prêmio Marcas de Confiança - A mais confiável", "Prêmio Top of Mind", "Prêmio Top of Heart - As mais lembradas e consumidas", "Prêmio Época Negócios 100 - Entre as empresas de



maior prestígio” e “Empresa Mais Admirada do Brasil”.

EVOLUÇÕES RECENTES

A empresa entrou, nos últimos anos, em segmentos de mercado em que não atuava, como produtos à base de soja, panettones, leite UHT e cafeteiras. Em fevereiro de 2010, a Nestlé lançou a linha FAST. Constituída por três produtos – NESTON e NESCAU, com 300 ml, e ALPINO, com 280 ml – FAST inaugurou a categoria de bebidas saudáveis prontas para beber. Ainda neste ano, a Nestlé entrou para o segmento de suco em pó com a marca La Frutta com um dife-

rencial nutricional para a categoria: a ausência de corantes artificiais na composição dos produtos e elaborada com ingredientes naturais e rica em vitaminas A e C, fonte de ferro e das vitaminas B1, B2 e B6 entre outras propriedades. O lançamento reforçou o posicionamento da Nestlé de empresa líder em Nutrição, Saúde e Bem-Estar.

COMUNICAÇÃO

Em 2010, a Nestlé continuou apostando nos principais canais de comunicação, mas passou a inovar, investindo maciçamente em produções de *branded content*. Foram duas estreias segmentadas para nichos diferentes, uma para jovens e outra para toda a família. A minissérie “Tô Frito”, de oito capítulos, abordava o universo jovem, por meio das dificuldades de Vitor, um gaúcho de 21 anos que saiu do Rio Grande do Sul para começar sua carreira de ilustrador em São Paulo. O roteiro retratava como o jovem fazia para sobreviver na cidade grande, começando pelo estômago. Enquanto a história se desenrola, alguns produtos da Nestlé são inseridos na narrativa. A série foi apresentada na TV Bandei-



versas ações integradas fizeram parte do projeto.

A segunda estreia foi a série “Galera Animal”, uma ilustração animada que era exibida no intervalo da novela das 8 da Rede Globo, Passione. O enredo trazia à tona temas relacionados ao meio ambiente e conservação do planeta, tudo construído por meio de histórias bem humoradas com os personagens da série. Após o fim da série, os nove filhotes da série viraram pelúcias e os consumidores puderam levá-los para casa através de uma promoção da marca.

HISTÓRIA

A Nestlé foi criada na Suíça em 1876, quando o químico alemão Henri Nestlé lançou a Nestlé Farinha Láctea, um suplemento alimentar desenvolvido por ele para diminuir o alto índice de desnutrição e mortalidade infantil daquele tempo. A partir da Nestlé Farinha Láctea e do Leite Condensado muitos outros produtos passaram a fazer parte do universo Nestlé e a desfrutar da mesma qualidade e confiabilidade que asseguram a imagem de excelência da Nestlé em todo o mundo. No Brasil, os registros da presença da Nestlé datam de 1876. Um anúncio no jornal “A Província de São Paulo” informava sobre a importação e comercialização da Nestlé Farinha Láctea. Mas foi em 1921, na cidade de Araras, interior de São Paulo, que a empresa iniciou a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça. Com o seu sucesso, vários outros produtos foram lançados e, atualmente, são comerciali-

zados no território brasileiro mais de 1.000 itens sob a chancela da Nestlé.

VALORES DA MARCA

A Nestlé quer continuar sendo a mais respeitada e confiável empresa de Alimentos, Bebidas, Nutrição, Saúde e Bem-estar do país, sempre alavancando a 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 negócio para a Companhia e valor compartilhado com a sociedade brasileira.



O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A NESTLÉ

- Na primeira viagem do homem à Lua, na nave Apolo 11, em 1969, os astronautas Armstrong, Collins e Aldrin levavam em sua bagagem alimentos concentrados naturais sob a forma de cubos, desenvolvidos por pesquisadores da Nestlé.
- A jovem com trajes típicos que aparece no rótulo da embalagem do Leite Moça é a estilização de uma camponesa suíça típica, que se transformou em ícone mundial da marca. No Brasil, o leite condensado da Nestlé era popularmente chamado de “o leite de moça”, designação que a companhia decidiu incorporar definitivamente ao nome do produto até hoje;
- A ascensão das mulheres ao mercado de trabalho na segunda metade do Século XIX foi determinante para que Julius Maggi, pesquisador e empreendedor suíço-italiano, desenvolvesse, em 1895, comidas de rápido preparo e alto valor nutritivo. Surgia a linha de alimentos MAGGI, hoje no portfólio de produtos Nestlé.

