



nestle.bg

Марката МУРА® е на българския пазар повече от двадесет години. Общото между продуктите под марката е истинският млечен шоколад, който е бърз източник на енергия и добро настроение. Но NESTLÉ МУРА® не е само шоколад, бисквита или вафла – тя е позитивната нагласа към света.



те продукти той отчита и най-голям ръст.

До 2007 г. NESTLÉ МУРА съществува единствено под формата на вафла и шоколадов десерт. Успехът на марката води и до навлизането ѝ в сегмента на бисквитите с NESTLÉ МУРА ФАНТАЗИИ®, както и в сегмента на шоколадите.

България е страна, в която винаги са се консумирали главно вафли. Успехът на вафлата NESTLÉ МУРА обаче се дължи на факта, че това е единствената вафла на българския пазар с истински млечен шоколад и високо качество. Това я прави уникална и затова почитателите ѝ остават верни на марката.

Шоколадите NESTLÉ МУРА, които са на пазара едва от няколко месеца, също се представят отлично. За краткото си съществуване те успяват да заемат 3% пазарен дял.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Основният принцип на „Нестлe“ е „Активен и здравословен начин на живот“. Ето защо компанията първа включва „Хранителния компас“ върху опаковките на своите продукти. Освен че

посочва точното им съдържание, компасът предоставя и допълнителна информация за необходимите калории дневно при балансирано хранене. По този начин, докато се наслаждава на богатото разнообразие от продукти под марката NESTLÉ МУРА, всеки може да изчисли нужните му за деня калории.

ПРОДУКТЪТ

Общото между продуктите под марката NESTLÉ МУРА е истинският млечен шоколад, който е бърз източник на енергия и на добро настроение. Всички продукти, с изключение на NESTLÉ МУРА Минис®, имат пре-

имуществото да се произвеждат в една от най-големите шоколадови фабрики в Европа – фабриката в София.

Вафлите под марката NESTLÉ МУРА могат да бъдат открити в четири разновидности – Шоколад, Лешник, Фъстъци и Мега. Тайната на вафлата е в богатия опит на хората, които работят във фабриката още преди тя да бъде закупена от „Нестлe“, както и в начина на производство. Всяка вафла NESTLÉ МУРА е съчетание от четири перфектно изпечени хрупкави вафлени кори, аериран крем и фин млечен шоколад. Освен на истинския млечен шоколад, богатият вкус на вафла NESTLÉ МУРА се дължи и на уникалната технология за аериране на крема между вафлените корички, което прави крема още по-пухкав и носи повече наслада при консумацията на продукта.

Шоколадите и бисквитите под марката се произвеждат със същото внимание и старание и затова се радват на все повече почитатели.

Бисквитите NESTLÉ МУРА ФАНТАЗИИ са богати на шоколад (мин. 38%) и присъстват на българския пазар също в четири разновидности: Шоколад, Двоен шоколад, Светъл и Тъмен меланж.

Шоколадите NESTLÉ МУРА са представени с четири любими на българския консуматор вкуса в млечната гама – Млечен, Млечен крем, Лешников крем и Крем ягода. Предлагат се в съвременна, удобна опаковка от фолио, която е гаранция за запазване на високото качество и свежия вкус на продукта.

NESTLÉ МУРА съществува и под формата на шоколадов десерт. Уникалният продукт



NESTLÉ МУРА Трио®, който се състои от бисквитка, лешников крем и плътен слой фин млечен шоколад, носи уникално тройно удоволствие и е най-продаваният под марката. Другата ѝ разновидност са малките вафли NESTLÉ МУРА Минис.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Сегментът на натуралния шоколад се развива стремглаво, като за последните три

ПАЗАР

Пазарът на шоколадови изделия в България е изключително конкурентен във всички категории – шоколадови вафли и десерти, шоколади, бисквити и бонбони, и представлява повече от 453 милиона лева на годишна база за 2008 г. Сегментът на шоколадовите вафли и десерти е най-големият в стойност и обем – 130 милиона лева, а сегментът на шоколадите е най-бързо растящият, като само за последните три години е нараснал с 35% в стойност (по данни на независимата агенция за пазарни проучвания AC Nielsen). Заедно със сегмента на импулсни-



с вафлите NESTLÉ MURPA. Промоцията под надслов „Епическа битка между добрата и лошата страна на нещата“ протече в по-големите кафетерии и нощни клубове в страната и следваше слогана на марката „Сладката страна на нещата“. Тя включваше интересни преобразувания на „Законите за всеобща радост на Мърфи“ под формата на „Законите за всеобща радост на NESTLÉ MURPA“. Един пример: според Мърфи „пролетната умора важи за всички сезони“, а според MURPA „никога няма да се уМУРиш, ако намериш кой да ти свърши

Факти, които не знаете за MURPA

Всяка минута се произвеждат по 60 продукта под марката NESTLÉ MURPA.

За заснемането на 30-секундния клип на NESTLÉ MURPA шоколади, чието действие се развива през деня, бяха нужни повече от десет часа нощни снимки.

В рекламата на NESTLÉ MURPA вафли скачането на батут с китара в ръка не е монтирано, а се изпълнява от главния герой.

ляват и да откриват света. Интелигентни, амбициозни и най-вече усмихнати, те знаят как да се справят с неприятните моменти и винаги намират „сладката“ страна на всяка ситуация.

години бележи ръст от повече от 60%.

От месец август 2009 г., в синхрон с тенденциите за здравословно хранене и активен начин на живот, на пазара е и новият NESTLÉ MURPA Натурален шоколад. Съдържаните 48% висококачествено какао правят шоколада богат на субстанции, подпомагащи производството на серотонин и ендорфини. Последните, по-известни като „хормоните на щастието“, са от съществено значение за поддържане на добър тонус и оптимистично настроение. Натуралният шоколад е и естествен източник на полифеноли – антиоксиданти, известни с благоприятното си въздействие върху сърдечносъдовата система.

ПРОМОЦИЯ

Промоциите и активностите, които се организират за NESTLÉ MURPA, забавляват искрено феновете на марката.

Клипът за NESTLÉ MURPA шоколади бе заснет в офиса на „Нестле“ и се превърна в едно от най-големите предизвикателства за екипа на NESTLÉ MURPA. Рекламата се появи в ефир в средата на февруари 2009 г. и остана там в продължение на месец. Последвалата дегузация на шоколадите в по-големите градове на страната също даде възможност на потребителите да се запознаят с новия продукт. Като резултат гамата шоколади NESTLÉ MURPA бе приета изключително добре от консуматора и се радва на нарастващ пазарен дял.

Друга интересна активност бе свързана

работата“. Резултатите от промоцията бяха повече от впечатляващи – само за месец около 40 000 души бяха запознати със „Законите на NESTLÉ MURPA“, а ръстът в продажбите беше близо 30%.

Марката бе подкрепена и с телевизионна реклама. Тя стартира в края на април 2009 г. и продължи един месец. Клипът беше заснет в присъствието на екипа на NESTLÉ MURPA от една от най-добрите продуцентски къщи в България.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Ценностите на марката са събрани в просто мото – „Сладката страна на нещата“. Марката вярва, че всяка ситуация има две страни – хубава и лоша, като целта на NESTLÉ MURPA е да накара потребителя да види или да продължава да вижда само хубавата страна на нещата. NESTLÉ MURPA не е само шоколад, бисквита или вафла – тя е позитивната нагласа към света.

Потребителите на марката са активни млади хора, които обичат да се забав-



1994

Компанията „Нестле“ навлиза на българския пазар, купува вече съществуващата марка „MURPA“ и стартира производството на три вида вафли – ванилия, ягода и шоколад. Опаковките са яркочервени и стават хит на пазара.

2000

Вафла NESTLÉ MURPA започва да се произвежда в четири нови разновидности, като запазва само най-продавания си вкус – шоколад. Сменени са и опаковките. Те приемат характерния червен цвят на „Нестле“.

2003

Хитът NESTLÉ MURPA Трио е пуснат на пазара.

2005

NESTLÉ MURPA Минис също се присъединяват към голямото семейство на NESTLÉ MURPA.

2006

За най-големите почитатели на вафлата е пусната NESTLÉ MURPA Мега с още повече шоколад, за повече настроение.

2007

Лансиране на шоколади под марката NESTLÉ MURPA, както и навлизане в сегмента на бисквитите с NESTLÉ MURPA ФАНТАЗИИ.

2008

Релансиране на шоколадите под марката NESTLÉ MURPA с нови опаковки и още по-добри рецепти, и на вафлите NESTLÉ MURPA – по-вкусни, по-хрупкави, по-свежи и с любимия фин млечен шоколад.