



# Nestlé

Good Food, Good Life



nestle.bg

Като част от световната корпорация NESTLÉ®, „Нестле България“ следва мотото „Добра храна, добър живот“, произвеждайки Вкусни, висококачествени и здравословни продукти. Компанията е един от най-големите стратегически инвеститори на българския пазар в сферата на хранителната промишленост.



## ПАЗАР

„Нестле“ е най-голямата компания в света в областта на балансираното хранене и здравословния начин на живот. Следвайки мотото си „Добра храна, добър живот“, тя произвежда Вкусни храни и напитки с висока хранителна стойност за потребителите във всички възрасти.

„Нестле България“ има изключително разнообразно портфолио – кафе, какаови напитки, шоколадови продукти, бисквити, кулинарни продукти, храни за кърмачета и детски храни, зърнени закуски, храни за домашни любимци, сладолед и продукти, предназначени за незабавна консумация. Марките на компанията са както световноутвърдени, така и местни, традиционни за българския пазар.

През последните години „Нестле България“ значително разширява и развива основния си бизнес и предлага на потребителите все повече висококачествени и разнообразни продукти, което води и до удвояване на пазарните дялове. Компанията е един от най-големите стратегически ин-

веститори на българския пазар в сферата на хранителната промишленост.

## ПОСТИЖЕНИЯ

През 2004 г. фабриката на „Нестле България“ е обявена за Шампион по качеството в Югоизточния европейски регион, а химичната и микробиологичната лаборатория на компанията са сертифицирани с „Най-високо ниво на точност на анализите“. Наградата „Шампион по качеството“ се дава ежегодно в Швейцария на всички фабрики на „Нестле“ от Югоизточна Европа след оценка на дейността в направление „Качество“.

През 2005 г. съвместният проект на Job Tiger и „Нестле България“ – „Кариери 2005 – Добра кариера, добър живот“, е отличен с първо място в категорията „Инвеститор в човешкия капитал“ на Годишните награди на Българския форум на бизнес лидерите (БФБЛ). Форумът за студентски стаж и кариера е част от инициативите на Job Tiger и „Нестле България“ за създаване на благоприятна среда за развитието и запазването на младите специалисти у нас.

Три години по-късно компанията взема награда и в категорията „Изграждане на работодателска марка“ в годишния конкурс на Българската асоциация за управление и развитие на човешките ресурси (БАУРЧР). Основната цел на отличения проект е утвърждаване на идентичността на „Нестле“ като работодател, който предлага отлични възможности за стартиране на кариера и за дългосрочно професионално развитие. Затова и мотото му е „Нестле“ – свят на възможности“.

## ПРОДУКТЪТ

Продуктовата гама на „Нестле България“ е изключително богата.

В нея са представени напитки (NESCAFÉ®, Buondi®, CAFFETTO®, COFFEE-MATE®, NESQUIK Plus®, NIDO®), кулинарни продукти (MAGGI®), зърнени храни (NESTLÉ Fitness®, NESQUIK®, Chocapic® и др.), детски храни (NESTLÉ®, NAN®), а също така разнообразни шоколадови продукти (NESTLÉ KIT KAT®, NESTLÉ Мура®, NESTLÉ Lion®, LZ®, Кума Луса® и др.), сладоледи (BOSS®, NIRVANA®, Aloma®, Familia®), бисквити (шоколадови под марката NESTLÉ Мура Фантази®, обикновени и здравословни с марка NESTLÉ Житен дар®). Компанията предлага и храни за домашни любимци по търговски-те марки Friskies, Gourmet, Pro Plan.

## СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Разработването на нови продукти и подобряването на вече съществуващите са основни приоритети на компанията. Всяка година „Нестле“ инвестира близо 1,5 милиарда швейцарски франка в проучване и





развитие, за да създава храни и напитки с прекрасен вкус и висока хранителна стойност. Центърът за наука и изследване е разположен на три места и в него работят над 700 души от 50 националности. Освен него, „Нестле“ има по целия свят 26 Продуктово-технологични центрове и Центрове за изследване и развитие. На науката и изследванията в компанията са се посветили общо 5000 души.

През последните години са направени много инвестиции за нови производствени линии, технологии, обучение на персонала и избор на най-добрите суровини и доставчици. През 2007 година фабриката в София пуска в експлоатация поточна линия, която е и най-големият инвестиционен проект в шоколадовото производство на „Нестле България“. Фабриката е център по компетентност за шоколадови изделия в Европа и един от трите най-големи центъра за производство на КИТ KAT в света. Фабриката е сертифицирана по ISO 14001.

### ПРОМОЦИЯ

Балансираното хранене и здравословният начин на живот са основни приоритети в политиката на „Нестле България“. Най-голямата инициатива на компанията – „ЖИВЕЙ АКТИВНО!“, се провежда всяка година, привличайки хората към идеята да спортуват, да се движат и да се хранят балансирано. От началото и през 2006 г. досега над 55 000 души вземат участие в пешеходните походи и спортните активности заедно с някои от най-големите спортни звезди на страната. През 2009 г. „Нестле България“ провежда и национална потребителска промоция под мотото „ЖИВЕЙ АКТИВНО!“, в която 15 000 участници спечелват хранителни пирамиди с продукти на „Нестле“. Част от приходите компанията инвестира в изграждането на спортни площадки.

Като предоставя прозрачна информация за продуктите си и следва принципите на отговорната



Good Food, Good Life

NESTLÉ  
World of  
Opportunities



NESTLÉ  
Свят на  
ВЪЗМОЖНОСТИ

Good Food, Good Life



Факти, които не знаете за  
NESTLÉ

Преведено от немски език, името на Анри Нестле означава „малко гнездо“. Затова гнездото е запазена марка на компанията. Днес то е едно от най-популярните логота в света.

„Нестле“ ежегодно инвестира близо 1,5 милиарда швейцарски франка в проучване и развитие.

Компанията продава над един билион и произвежда близо 10 000 различни продукта всеки ден.

Фабриката в София е един от трите най-големи центъра за производство на КИТ KAT в света.

етикуване на своите продукти чрез въвеждането на т.нар. GDA (Guideline Daily Amount) – Ориентировъчен дневен прием. Тази инициатива е част от доброволния ангажимент на водещи компании в областта на хранителната и питейната индустрия от Европейския съюз за осигуряване на научнообоснована, прозрачна и разбираема информация за хранителната стойност на продуктите им.

### ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Мисията на „Нестле“ е да подобрява качеството на живот на хората, като им предоставя навсякъде добри храни и напитки.

Компанията вярва, че за да бъде един бизнес успешен, той трябва да създава стойност не само за заинтересованите страни, но и за цялото общество. За да създаде дългосрочна стойност, корпоративната социална отговорност не бива да се ограничава единствено в спазването на законите и поддържането на околната среда и енергията, а и да подобрява здравето и благосъстоянието на служителите, доставчиците и потребителите. Това е отговорността на „Нестле“ към създаването на споделена стойност.

комуникация, компанията улеснява потребителите в техния здравословен избор. За да отговори на изискванията за здравословни, хранителни, вкусни и висококачествени храни и напитки, „Нестле“ разработва „Хранителен компас“, който може да бъде намерен на всички опаковки. Той е въведен през 2005 г. и има за цел да предлага подробна, ясна и лесна за разбиране информация за съдържанието на продуктите. Компасът ежедневно напътства и окуражава потребителите в тяхното балансирано хранене и здравословен начин на живот.

От края на 2007 г. „Нестле България“ започва да прилага нова схема за

**ЗАЩО ХРАНИТЕЛЕН КОМПАС?**

**ДОБРЕ Е ДА ЗНАЕМ**

ХРАНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ  
За да разберем какво е съдържанието на основните хранителни елементи в продукта. За да можем винаги да направим съзнателен и най-добър информиран избор!

ХРАНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ  
На 100g/на порция

- Енергия
- Бялтъчини
- Въглехидрати, от които захари
- Мазнини, от които наситени
- Хранителни влакнини
- Натрий

**ДОБРЕ Е ДА ПОМНИМ**

Брага съвет за здравословен начин на живот на тези като физически упражнения, поддържане на хранителен баланс или пък просто как всяка храна, консумирана грамадно, може да бъде некачествена част от здравословен начин на живот!

**ДОБРЕ Е ДА ПОМНИМ**

СПОДЕЛЕТЕ С НАС  
0800 1 6666  
(бесплатен от цялата страна)  
[www.nestle.bg](http://www.nestle.bg)  
[www.maggi.bg](http://www.maggi.bg)  
[www.nestle.com](http://www.nestle.com)

СПОДЕЛЕТЕ С НАС  
Или имате въпрос, свързан с наш продукт или компанията като цяло, искате просто да ни кажете нещо или имате нужда от съвет, тук ще разберете как да се свържете с нас!

**ДОБРЕ Е ДА ЗНАЕМ**

Тук е най-важната хранителна информация, която е добре да знаем за съответния продукт. Може да я намерите и в съответния раздел на сайта на Nestlé. Може да я намерите и в съответния раздел на опаковката на храната.

**NESTLÉ NUTRITIONAL COMPASS®**

Компасът е навигационен инструмент, който ни помага да определим посоките на света и винаги да знаем къде си намираме и къде искаме да отидем.

Хранителният компас на NESTLÉ е средство за ориентироване в света на хранителните продукти. Той е така конструиран, че да ни дава винаги нужната хранителна информация, ползване от продукта, съвет за постигане на здравословен и балансиран хранителен прием.

Хранителният компас е бърз и лесен начин да направим своя информиран избор за това с какво ние и нашето семейство да се храним.



### 1866

Фармацевтът Анри Нестле създава храна за кърмачета, които не приемат майчина кърма и обичайните заместители. Така са поставени основите на най-голямата световна компания в областта на балансираното хранене.

### 1939

В София започва работа шоколадовата фабрика „Щастие“.

### 1947

Фабриката е национализирана и преименувана в ДИП „Малчика“.

### 1964

Слага се началото на вафленото и бисквитеното производство.

### 1973

В „Малчика“ започват да се произвеждат и захарни бонбони.

### 1991

Създава се ШЗИ „София“.

### 1994

NESTLÉ купува най-големия производител на шоколадови и захарни изделия ШЗИ „София“ и така започва историята на „Нестле България“.

### 2004

Фабриката на „Нестле България“ е обявена за Шампион по качеството в Югоизточна Европа.

### 2005

Върху опаковките на продуктите се въвежда „Хранителен компас“, който предоставя подробна информация за съдържанието им.

