



Good Food, Good Life

„Нестле“ е най-големият производител на висококачествени и здравословни храни и напитки в света. Мотото на компанията гласи: „Добра Храна, Добър Живот“. За повече от 17 години „Нестле България“ АД се утвърди като един от най-значимите стратегически инвеститори в страната в сферата на хранителната промишленост.



Пазар

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

През последните години компанията значително разширява и развива основния си бизнес и предлага на потребителите все повече висококачествени и разнообразни продукти, което води и до удвояване на пазарните ѝ дялове. Продуктите на „Нестле България“ се произвеждат в двете фабрики на дружеството в София и Варна.

Постижения на марката

През 2004 г. фабриката на „Нестле България“ получи наградата Шампион по качеството в Югоизточния европейски регион. Химичната и микробиологичната лаборатория на „Нестле България“ бяха сертифицирани като „Нестле лаборатории с най-високо ниво на точност на анализите“.

През 2005 г. „Кариери 2005 – Добра кариера, добър живот“ – съвместен проект на Job Tiger и „Нестле България“, бе отличен с първо място

Знаете ли, че...

Преведено от немски, името на Анри Нестле означава „малко гнездо“, затова той решава да използва изображение на гнездо като запазена марка. Днес то е едно от най-популярните лога в света, комуникиращо ударението на „Нестле“ върху храненето за здравословен живот.

в категорията „Инвеститор в човешкия капитал“ на годишните награди на Българския форум на бизнес лидерите (BBLF). 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 в страната. През 2008 г. „Нестле България“ взе наградата в категорията „Изграждане на работодателска марка“ в годишния конкурс на Българската асоциация за управление и развитие на човешките ресурси (БАУРЧР). Основната цел на наградения проект е утвърждаването на идентичността на компанията като работодател, предлагаш отлични възможности за стартиране на кариера в България и за дългосрочно професионално развитие. Затова и мотото на проекта е „Нестле – свят на възможности“.

Инициативата на „Нестле България“ „Живей Активно!“, която компанията организира в България в продължение на седем поредни години, е многократно отличавана с различни награди, като една от най-значимите е през 2011 г. – първо място в категорията „Кампания за устойчиво развитие“, връчена лично от кмета на София.

в категорията „Инвеститор в човешкия капитал“ на годишните награди на Българския форум на бизнес лидерите (BBLF). 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 в страната.

През 2008 г. „Нестле България“ взе наградата в категорията „Изграждане на работодателска марка“ в годишния конкурс на Българската асоциация за управление и развитие на човешките ресурси

(БАУРЧР). Основната цел на наградения проект е утвърждаването на идентичността на компанията като работодател, предлагаш отлични възможности за стартиране на кариера в България и за дългосрочно професионално развитие. Затова и мотото на проекта е „Нестле – свят на възможности“.

Инициативата на „Нестле България“ „Живей Активно!“, която компанията организира в България в продължение на седем поредни години, е многократно отличавана с различни награди, като една от най-значимите е през 2011 г. – първо място в категорията „Кампания за устойчиво развитие“, връчена лично от кмета на София.

Продуктът

Продуктовата гама на „Нестле България“ е изключително богата. Основните търговски марки на „Нестле“ в България са: NESCAFÉ®, NESCAFÉ® Classic, NESCAFÉ® Gold, NESCAFÉ® Green Blend, NESCAFÉ® 3in1, NESCAFÉ® Café Menu, NESCAFÉ® Frappe, NESCAFÉ® Xpress®, NESCAFÉ® Dolce Gusto, BUONDI, COFFEE MATE, MAGGI®, NESQUIK® Plus, NESQUIK®, CHOCAPIC®, COOKIE CRISP®, NESTLÉ® FITNESS®, NIDO®, NAN®, МУРА®, КИТ КАТ®, LION®, NESTLÉ®, BOSS®, LZ®, КУМА ЛИСА®, ЖИТЕН ДАР®, ALOMA®, FAMILIA®, FRISKIES®, GOURMET®, PRO PLAN®.

Съвременно развитие

В унисон с традициите, разработването на нови продукти и подобряването на вече съществуващите са едни от главните приоритети на компанията. Всяка година „Нестле“ инвестира близо милиард и половина швейцарски франка в проучване и развитие, а с наука и изследвания са заети над 5000 души. Целта е да се съчетаят науката и опитът в създаването на продукти едновременно с прекрасен вкус и висока хранителна стойност. Центърът за наука и изследване на „Нестле“ е разположен на три места и в него работят над 700 души от 50 националности. Освен това „Нестле“ има 29 Продуктово-технологични центъра, както и Центрове за изследване и развитие по целия свят. През последните години са направени много инвестиции за нови производствени линии и технологии, за откриването на нови работни места, за обучение на персонала, избор на най-добрите суровини и доставчици

Знаете ли, че...

На 27-28 април 2009 г. в Ню Йорк под ръководството на „Нестле“ се провежда Първият глобален форум за създаване на споделена стойност. През 2012 г. „Нестле“ започна тригодишно партньорство с Международната диабетна федерация (IDF) като част от приноса си към борбата срещу незаразните болести.



и грижа за здравето на консуматора.

В България фабриката на „Нестле“ за шоколадови изделия и бисквити в София е избрана за център по компетентност за



Знаете ли, че...

- Всяка година „Нестле“ инвестира близо 1.5 милиарда швейцарски франка в проучване и развитие.
- „Нестле“ продава над един билион продукти всеки ден.
- „Нестле“ произвежда близо 10 000 различни продукта и има над 250 000 служители по света.

производството на шоколади за Европа и е една от трите най-големи бази за производство на KIT KAT® на континента. Фабриката има повече от 70-годишен опит в производството на шоколадови изделия и именно това е причината в България да се произвежда голяма част от шоколадовите продукти, изнасяни от компанията не само за Европа. През 2008 г. „Нестле“ реструктурира производството на сладолед в региона и фабриката на компанията във Варна поема производството и дистрибуцията на сладолед на Балканите. В последните години в нея са направени значителни нововъведения за модернизирани на производствения процес.

Промоция

Балансираното хранене и активният начин на живот са едни от основните приоритети в политиката на „Нестле“. Най-голямата инициатива на компанията в тази област – „Живей Активно!“, се провежда всяка година и е част от цялостната програма за популяризиране на здравословния начин на живот, която „Нестле България“ осъществява. Всяка година „Живей Активно!“ придобива все по-големи размери и все повече хора участват в нея, привлечени от идеята да спортуват, да се движат и да бъдат активни в името на здравословния начин на живот и балансираното хранене. От началото на инициативата през 2006 г. досега над 140 000 души са взели участие в пешеходните походи и спортните активности заедно с някои от най-големите спортни звезди на страната. От 2009 г. „Нестле България“ провежда няколко национални потребителски промоции под мотото „Живей Активно!“. През 2011 г. компанията инвестира част от приходите от тези промоции в изграждането на спортна площадка, посветена на инициативата. „Нестле“ улеснява потребителите в техния здравословен избор, като предоставя прозрачна информация за продуктите си и следва принципите на отговорната комуникация. За да отговори на изискванията на потребителите за здравословни, хранителни, вкусни и висококачествени храни и напитки, които те

познават и на които могат да се доверят, „Нестле“ разработи хранителния компас, който може да бъде намерен на всички опаковки. Той е въведен през 2005 г. и има за цел да предложи подробна, ясна и лесна за разбиране информация за съдържанието на продуктите и ежедневно да напътства и окуражава потребителите в тяхното балансирано хранене и здравословен начин на живот. От края на 2007 г. „Нестле България“ започна да прилага нова схема за етикетирание на своите продукти чрез въвеждането на т.нар. GDA (Guideline Daily Amount) – ориентиращ дневен прием. Тази инициатива е част от доброволния ангажимент на водещи компании в областта на хранителната и питейната индустрия от Европейския съюз за предоставяне на научнообоснована, прозрачна и разбираема информация на потребителите за хранителната стойност на продуктите им.

Ценности на марката

Мисията на „Нестле“ е да подобрява качеството на живот на хората от всички възрасти, като им предоставя добри храни и напитки навсякъде и по всяко време. Компанията пренася опита си от научните проучвания и развойната си дейност в областта на храненето, за да произвежда вкусни храни и напитки с по-добра хранителна стойност. Затова и мотото на „Нестле“ гласи: „Добра Храна, Добър Живот“. „Нестле“ вярва, че за да бъде бизнесът успешен, той трябва да създава стойност не само за заинтересованите страни, но и за цялото общество. Затова корпорацията създава стойност за всеки, свързан с нея – от фермерите, които доставят продукти, до служителите, потребителите и обществата, в които оперира. При създаването на споделена стойност „Нестле“ фокусира дейностите си върху три основни области – балансирано хранене и активен начин на живот, води, селско стопанство. Тези области са в сърцевината на бизнес стратегията и са съществени за създаването на по-добър и здравословен свят през 21. век.

► www.nestle.bg



История

- 1866 – Фармацевтът Анри Нестле създава храна за кърмачета, които не приемат майчина кърма и обичайните заместители. Той кръщава първия си продукт Farine Lactée Henri Nestlé. Така са поставени основите на най-голямата световна компания в областта на балансираното хранене.
- 1939 – В София Стефан Тодоров отваря шоколадовата фабрика „Щастие“
- 1947 – „Щастие“ е национализирана и преименувана в ДИП „Малчика“.
- 1964 – Поставено е началото на Вафленото и бисквитеното производство.
- 1973 – Започва производство и на захарни бонбони.
- 1991 – Създадена е ШЗИ „София“.
- 1994 – NESTLÉ купува с конкурс най-големия производител на шоколадови и захарни изделия в страната – 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.
- 2007 – „Нестле България“ започва да прилага нова схема за етикетирание на своите продукти чрез въвеждането на т.нар. GDA (Guideline Daily Amount) – ориентиращ дневен прием.
- 2009 – „Нестле България“ стартира провеждането на национални потребителски промоции под мотото „Живей Активно!“.

