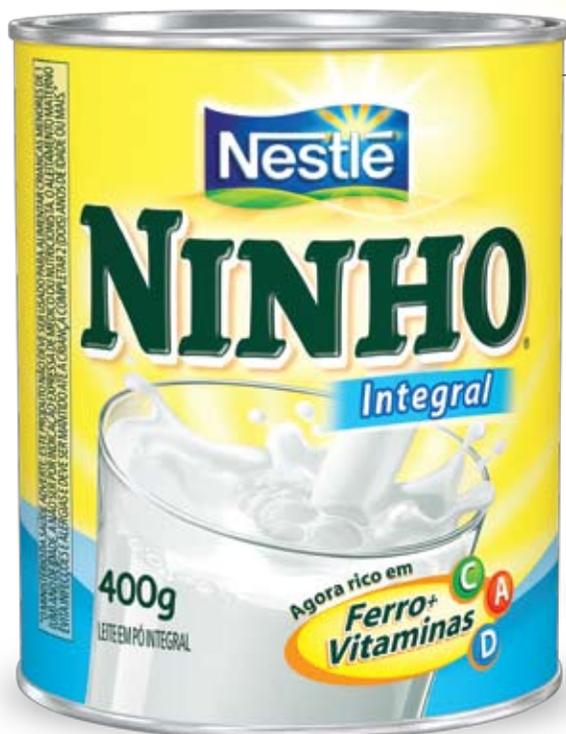


Nestlé NINHO.



MERCADO

Referência em nutrição, saúde e bem-estar, a marca Ninho é absoluta na categoria de leite em pó integral, com um consolidado histórico de tradição

A liderança de Ninho se fundamenta em seu posicionamento de marca parceira da consumidora – mãe e dona de casa - na desafiadora tarefa de desenvolver e nutrir seus filhos com uma alimentação saudável e equilibrada. Ninho está no Brasil há 65 anos, acompanhou cada estágio da modernização na estrutura familiar brasileira, sem perder seu foco original e mantendo-se permanentemente integrada ao conceito básico da corporação Nestlé, hoje o maior grupo mundial de nutrição, saúde e bem-estar.

CONQUISTAS

Produzido com puro leite de vaca e enriquecido com as vitaminas e minerais mais adequados às várias etapas do desenvolvimento infantil, o leite em pó Ninho é uma das marcas mais tradicionais e mais reconhecidas do país, figurando sempre entre as primeiras colocações nas pesquisas de lembrança de marca.

Sua qualidade se expande dos produtos às embalagens, já premiadas em diversas edições dos eventos organizados pela ABRE (Associação Brasileira de Embalagem). Este ano, a família de Baldinhos Ninho conquistou a segunda colocação no renomado prêmio da APEAL (Associação Européia dos Produtores de Embalagens de Aço), na categoria 'Embalagens de Alimentos'.

HISTÓRIA

As origens de Ninho remontam a 1923, quando a Nestlé começou a comercializar no Brasil um produto então inédito, ainda sob a marca Molíco: o leite em pó (na época, apenas um leite de vaca desidratado, sem qualquer modificação). Em 1944 a companhia introduziu definitivamente a marca Ninho no país (em 2009, serão 65 anos de história). Em meados dos anos 60, a linha ganhou a versão Ninho Instantâneo, com a qual o mercado brasileiro de leite em pó assumiria dimensões muito maiores, pois o consumo cresceu

também entre os adultos. Em 2003, nasceu a linha Ninho Fases, composta por produtos com benefícios específicos para cada fase da vida das crianças. Hoje a família Ninho é variada e diversificada, com produtos adequados para atender as diferentes necessidades dos consumidores.

PRODUTOS

Essa linha é hoje composta por:

- Ninho Integral Tradicional - Enriquecido com ferro e vitaminas C, A e D (comercializado em embalagens de lata de 400g e 1kg)

- Ninho Integral Instantâneo - Também enriquecido com ferro e vitaminas C, A e D, contém lecitina de soja, que facilita a dissolução do pó na água para o preparo do leite.

- Ninho Fases - Linha com um Ninho para cada fase da vida da criança:

- a) Ninho 1+ contém Prebio 1, um exclusivo composto de fibras prebióticas que contribuem para o equilíbrio da flora intestinal da criança, para ajudar na fase em que estão mais expostas a microorganismos indesejáveis.

- b) Ninho 3+ contém Prebio 3, um composto de fibras prebióticas e ácidos graxos essenciais que contribuem para o bom desenvolvimento da criança. Ninho 3+ associado a um bom café da manhã contribui para um bom desempenho escolar.

- c) Ninho 5+ contém Calci-N, um composto de cálcio naturalmente obtido do leite. Apenas 1 copo de Ninho 5+ supre 57% das recomendações diárias de cálcio para crianças a partir de 5 anos, que nessa idade participam de mais atividades físicas, e iniciam um período de acelerado acúmulo de massa óssea.



EVOLUÇÕES RECENTES

Calcado nas mais modernas tecnologias, o processo de produção de Ninho é submetido a um controle de qualidade iniciado já nas fazendas onde é produzido o leite fresco com o qual são confeccionados seus produtos. Também aproveita os avanços das ciências da nutrição para desenvolver produtos cada dia mais adequados às necessidades específicas de cada etapa do desenvolvimento infantil.

Os produtos da linha Fases, por exemplo, além de quantidades balanceadas de vitaminas e sais minerais, trazem inovações como o Prebio 1 - do Ninho 1+ -, um composto de fibras prebióticas que contribuem para o equilíbrio da flora intestinal da criança (obviamente, quando combinado a hábitos alimentares e de vida saudáveis).

No Prebio 3, são combinadas em quantidades exatas fibras prebióticas, ácidos graxos essenciais, proteínas e cálcio, todos nutrientes importantes para uma boa alimentação, e para a continuidade do cuidado com a saúde intestinal. E o Ninho 5+ traz o exclusivo Calci-N, composto com cálcio obtido naturalmente do leite, valiosíssimo para essa fase - a partir de 5 anos - na qual a criança inicia o período de maior acúmulo de massa óssea.

COMUNICAÇÃO

Apesar de líder absoluta do mercado de leite em pó, a marca Ninho mantém um conjunto forte e consistente de ações de comunicação. Sua presença na mídia sempre destaca os principais valores associados à marca: carinho, amor materno e nutrição.

A comunicação da marca inclui também compo-



mentos promocionais, caso dos baldinhos de Ninho: lançado em 2005, esse projeto traz a cada nova edição um conjunto de embalagens exclusivas, cujo design remete aos antigos baldes de leite usados na fazenda. Divertida, inovadora e prática, essa premiada linha de embalagens já apresentou mais de vinte latas exclusivas e diferentes.

Ninho é uma marca consumida principalmente por crianças com idade até 10 anos, embora não seja incomum seu consumo também entre adolescentes e adultos. No Norte e Nordeste do país, aonde o leite em pó tem grande relevância na alimentação, o Leite Ninho faz parte do dia-a-dia de crianças de todas as idades.

VALORES DA MARCA

Presente no país há mais de 70 anos, Ninho já alimentou diversas gerações de brasileiros e alimentará muitas outras. Afinal, é autoridade mundialmente reconhecida no universo da alimentação, saúde e bem-estar

das crianças. É também sinônimo de tradição, confiança, calor materno, qualidade de vida, nutrição, amor e infância.

Os valores da marca Ninho estão intimamente relacionados aos valores próprios do amor materno, sempre incondicional e universal. Toda mãe deseja o melhor para seu filho e busca oferecer-lhe o melhor, em todos os sentidos, pois deseja garantir-lhe um futuro mais feliz.

Ninho busca ser o parceiro ideal da mãe, auxiliando-a na nutrição e alimentação de seus filhos, para que se desenvolvam de forma adequada e estejam preparados para um futuro melhor e mais saudável. Para cumprir esse objetivo, desenvolve produtos estruturados a partir de uma proposta aparentemente simples, porém fundamental: ter a melhor nutrição que um leite pode oferecer.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE NINHO

- Antecessora de Ninho, a marca Molíco seria relançada em 1959, agora como leite em pó desnatado da Nestlé.
- Ao final da Segunda Guerra Mundial, houve no Brasil enorme carência de bens de consumo e as pessoas eram obrigadas a enfrentar enormes filas em busca de alimentos básicos. Nesse cenário, o lançamento de um leite em pó de qualidade e de conservação prolongada, como o recém criado Ninho, teve alta adequação. Para marcar esse lançamento, a Nestlé destaca em seus anúncios a seguinte mensagem: 'Não entre na fila! Para quem usa Ninho, não existe o problema do leite. Nem filas, nem receio quanto à qualidade, nem imprevistos...'
- Ninho é inovadora também em suas atividades de marketing. Foi ela a primeira marca a utilizar, no Brasil, o processo de gigantografia - impressão de imagens em grandes formatos - desenvolvido em 1961 e batizado inicialmente como 'sistema fotoplástico'.
- Ninho é sucesso também em outros países, porém com a marca Nido.

