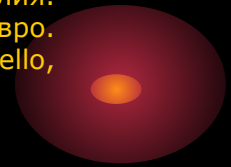
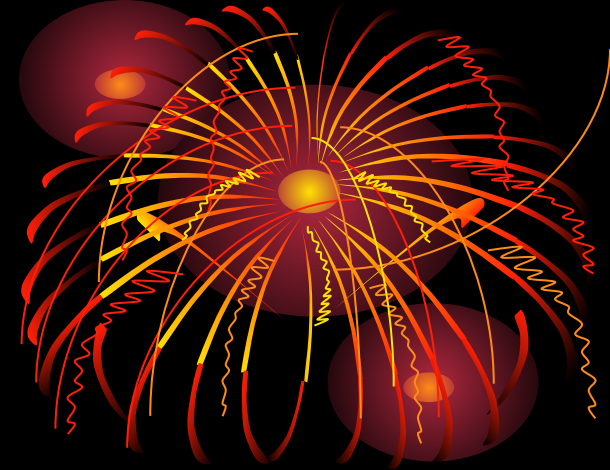


FERRERO

Кузнецова В.А. 1 курс «реклама» РГГУ

Преподаватель Шевченко Д.А.

История компании «Ферреро» начинается в 1942 году с семейного магазина сладостей в г. Альба, Италия. Сегодня группе «Ферреро» принадлежит 31 торговая компания во всем мире, с оборотом более 5 млрд. евро. В 1995 году группа «Ферреро» открыла представительство в России и представляет торговые марки Raffaello, Kinder Surprise, Kinder Chocolate, Tic Tac, Nutella, Ferrero Rocher, Kinder Delice, Kinder Bueno, Fiesta.
2009



Пьетро Ферреро



Итальянский кондитер Пьетро Ферреро, основатель «шоколадной» династии, любил повторять: «Создавая для бедных, можно стать богатым». Пьетро попал в самую точку. Его сын, Микеле Ферреро, с 11 миллиардами долларов состояния год назад занял 68-е место в «золотой сотне» самых богатых людей планеты. При этом новый семейный девиз Ферреро «Выше нас только небо» наполнился новым содержанием

Пьетро контролирует производство, а Джованни отвечает за маркетинг и коммерческую деятельность.



Так все начиналось...



Принципы Ферреро:

- использование только самых качественных продуктов;
- уникальность и непохожесть на других производителей;
- фабрики должны быть оборудованы по последнему слову техники.



Каталог прод





Kinder Сюрприз – безусловный лидер на рынке шоколадных яиц с игрушкой – сюрпризом и один из самых популярных продуктов среди детских сладостей.

Молочный шоколад высокого качества изготовлен специально для детей и содержит много молока. Полное содержание молочных компонентов в продукте **32%**.

Сейчас в России **Kinder** Сюрприз знают **93%** населения в возрасте от **4** до **50** лет.



Российский рынок шоколада с игрушкой (розничные продажи).



Крупнейшие компании. Доли рынка по стоимости, %

Компании	1-я п. 2008 г.	1-я п. 2009 г.
Ferrero	42.7%	38.3%
Ландринъ	17.6%	23.7%
Эвр (Москва)	5.2%	9.3%
Riegelein Cadolzburg	3.0%	3.3%
Прибор (Ногинск)	3.1%	3.0%
<i>Другие</i>	28.4%	22.3%
Всего	100%	100%

25 компаний-лидеров по уровню репутации в мире

№ Название компании Страна Баллы

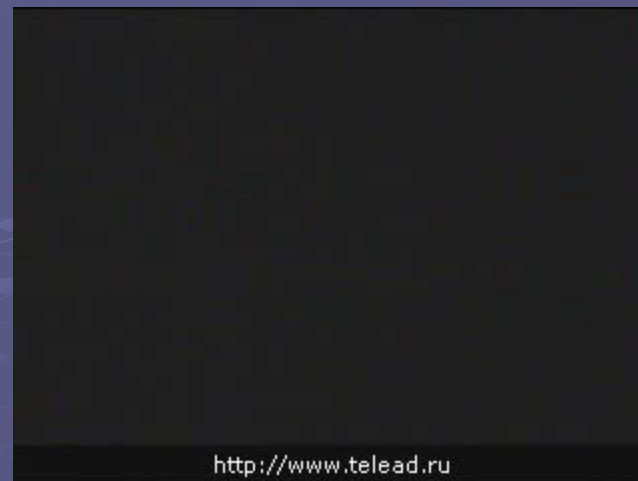
- 1 Ferrero Италия 85,17
- 2 IKEA Швеция 83,98
- 3 Johnson & Johnson США 83,58
- 4 Petrobras Бразилия 82,37
- 5 Sadia Бразилия 82,06
- 6 Nintendo Япония 81,63
- 7 Christian Dior Франция 81,37
- 8 Kraft Foods США 81,09
- 9 Mercadona Испания 80,99
- 10 Singapore Airlines Сингапур 80,97
- 11 Tata Индия 80,89
- 12 UPS США 80,84
- 13 General Mills США 80,80
- 14 El Corte Inglés Испания 80,80
- 15 Matsushita Electric Ind. Япония 80,31
- 16 FedEx США 80,30
- 17 Grupo Bimbo Мексика 80,22
- 18 Honda Motor Япония 79,86
- 19 Whirlpool США 79,86
- 20 Votorantim Бразилия 79,59
- 21 Walt Disney Co. США 79,44
- 22 China Faw Китай 79,35
- 23 Google США 78,80
- 24 China Merchants Bank Китай 78,72
- 25 Caterpillar США 78,69



Реклама продукции **«Ferrero»** есть абсолютно везде – на страницах журналов, по телевизору, на огромных стендах на улицах. . .

Основным источником информации о продукции компании, безусловно, является **телереклама**, в силу большей эффективности и максимального технического охвата. Из всех видов рекламы данный - один из самых дорогих. В России телевизионный рекламный клип специально не производят, тем самым сокращая львиную долю затрат на рекламную кампанию (порядка **20%** от общего бюджета).

Реклама конфет ферреро коллекшен.



Все рекламные ролики я вышлю на почту.

■

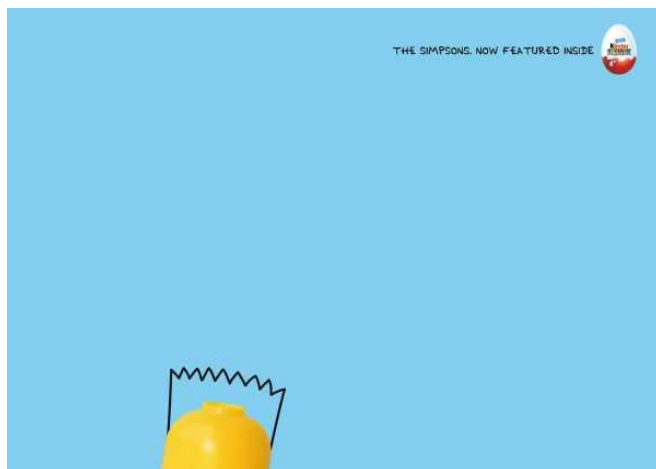
Наружняя реклама.

Арка для **BTL**-акции. Работа сделана для компании **UnixArtProduction**, которая организовывала **BTL**-акцию для **FERRERO**



Корона по праву. **Ferrero Rocher. Un piacere da re** – "Удовольствие короля". Реклама агентства **Forchets** (Италия)





Рекламная кампания под названием «**CHLADEK**» сделана агентством **LEAGAS DELANEY PRAHA** для бренда **KINDER CHOCOLATE PRODUCTS** (компания **FERRERO CESKA CHOCOLATE PRODUCER**). Страна - Чехия. Дата запуска: Январь **2009**

Опубликовано: **Ноябрь 2007**

Рекламодатель: **FERRERO DEUTSCHLAND**

Бренд: **KINDER SURPRISE**

Рекламное агентство: **JUNG VON MATT**

Страна: **Германия**



Компания **Ferrero**, владелец бренда **Nutella**, выпускает к Чемпионату Европы по футболу новую **850-**граммовую банку в “итальянской спортивной форме”.

"Wake up to nutella"

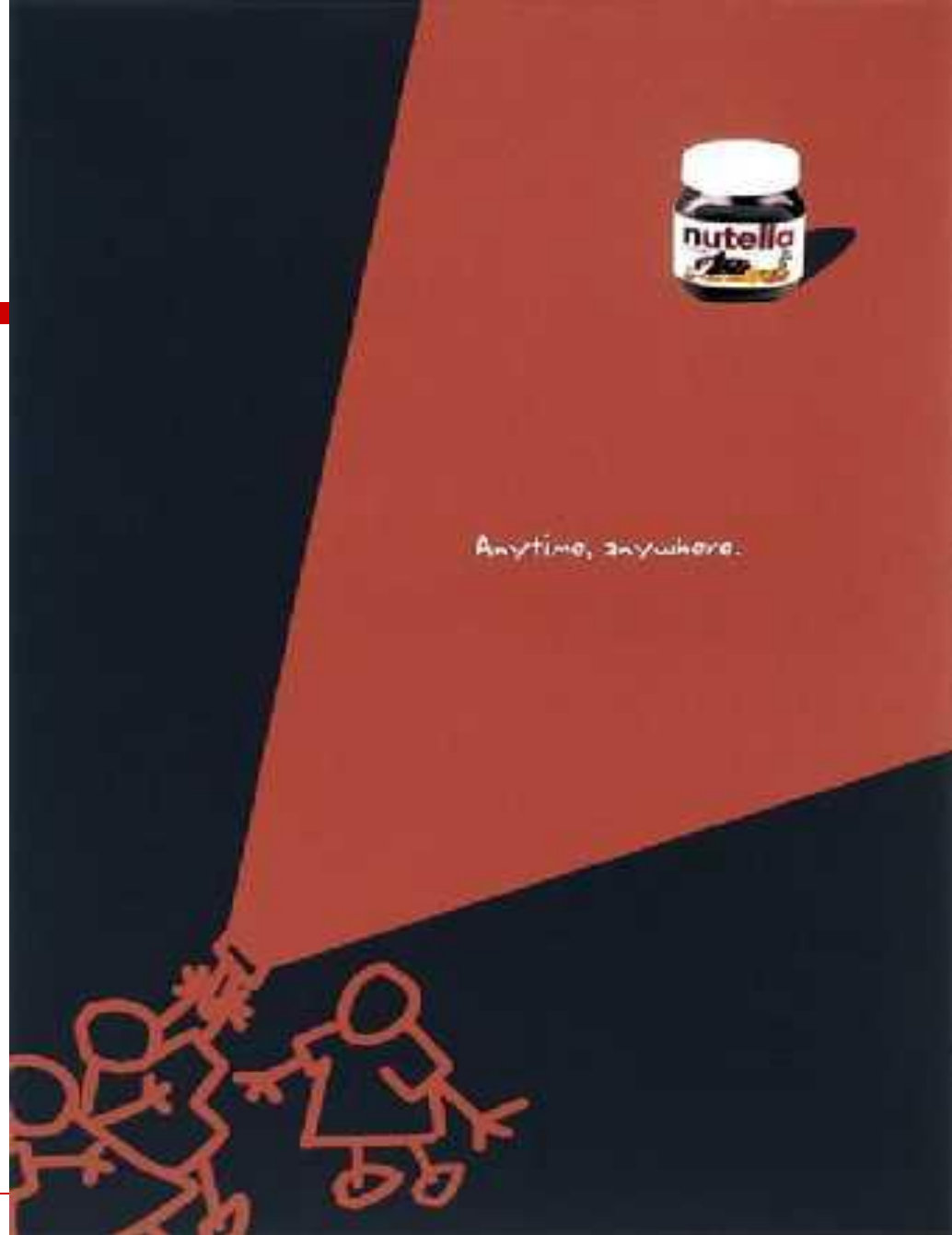
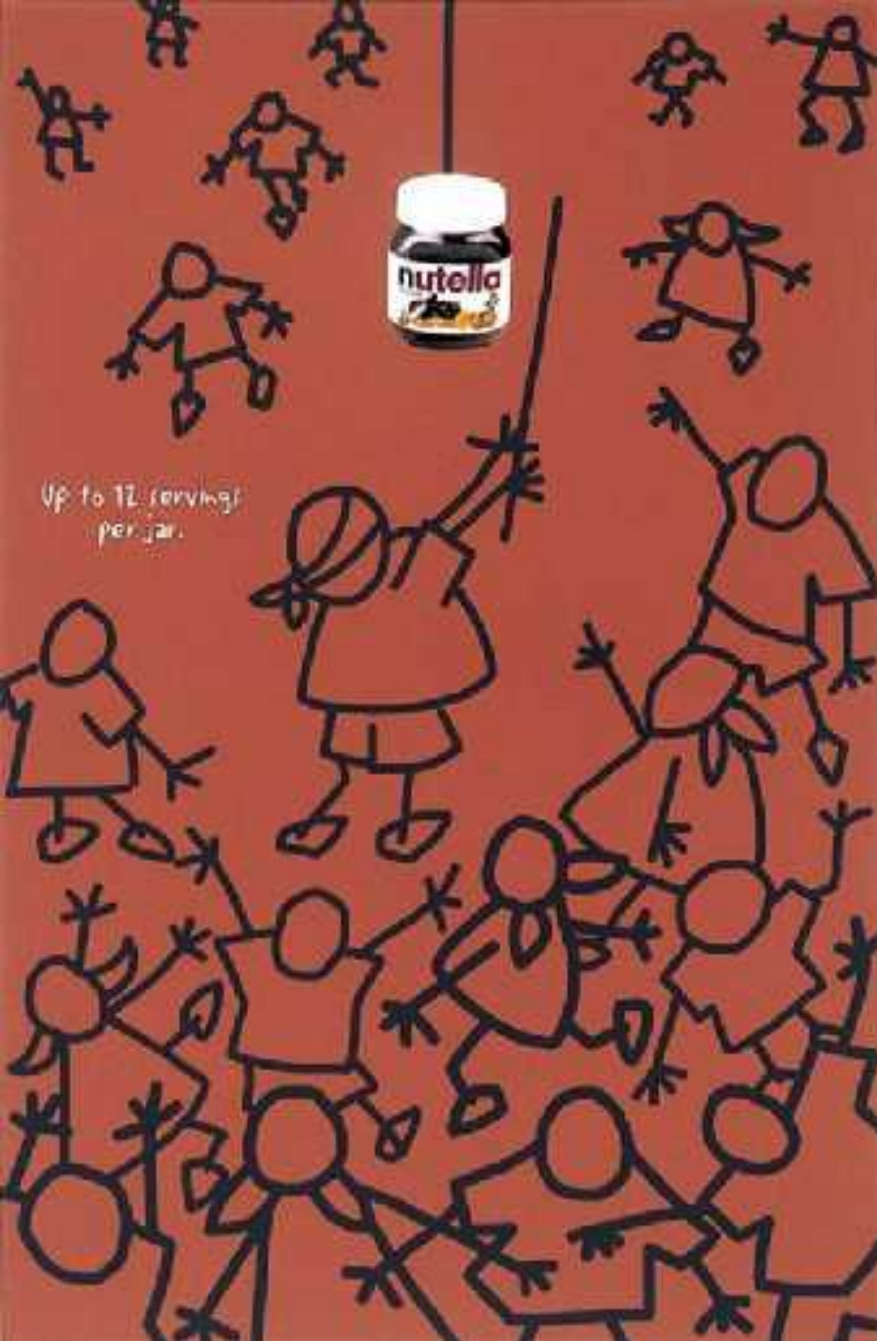


В этом году мировой лидер кондитерской индустрии, итальянская компания **Ferrero** и тысячи поклонников во всех странах отмечают **45-летие** бренда **Nutella**.

Секрет популярности Nutella — предмет дискуссии бренд-экспертов.

- Популярная социальная сеть Facebook обнародовала рейтинг наиболее посещаемых страниц/брендов. Вполне предсказуемо, первое и второе места заняли Президент США Барак Обама и Coca-Cola соответственно. Но о “темной лошадке” №3, так неожиданно ворвавшейся в тройку онлайн-лидеров, разгорелась оживленная дискуссия в кругах ведущих американских и европейских бренд-экспертов.
-
- А занял третье место скромный итальянский бренд компании **Ferrero** — шолодно-ореховый спред **Nutella** с 3 млн фанов на Facebook. Хотя многие из них, без сомнения европейцы, Nutella также пользуется завидной популярностью и в США, по мнению экспертов в области брендинга.
- Так, исполнительный директор нью-йоркского офиса **Landor Associates, Аллен Адамсон (Allen Adamson)** считает, что Nutella обладает всеми характеристиками “культового” бренда. *“Причина этого “драйва”, я полагаю в том, что людям есть чем поделиться: опытом и эмоциями”.*
- Напротив, **Дуглас Аткин (Douglas Atkin)**, автор известной книги **“The Culting of Brands”**, отнюдь не уверен в том, что Nutella подходит под “критерии” культового бренда. По его мнению, секрет онлайн-популярности бренда в том, что фанам есть о чем поговорить помимо самого продукта. В подтверждение своих слов он показывает наиболее популярные темы на странице бренда: “Nutella or sex?” или “Nutella and pizza”.
- Так или иначе, популярность в сети Facebook принесла бренду ощутимый рост продаж — 14,4% за 52 недели до 22 февраля 2009, согласно IRI. При этом владелец бренда в США, компания Ferrero USA потратила в 2008 году на медиа-поддержку Nutella всего лишь \$300,000.





Агентство: McCann-Erickson Corp. S.A.
Автор (авторы): Nadia Muratti, Randy McConnell

Ferrero потратит 5 миллионов фунтов на рекламу

- Компания **Ferrero** полностью готова к Рождеству в Великобритании. Знаменитый шоколадный бренд запустил рекламную кампанию *360°* стоимостью 5 млн. фунтов (приблизительно 8,4 млн. долларов) для того, чтобы напомнить покупателям о себе.
 -
 - В течение трех месяцев начиная с октября бренд будет рекламировать свои классические конфеты, в число которых входит *Ferrero Collection*, *Ferrero Rondnoir* и *Raffaello by Ferrero*. Предполагается, что за этот период сладкую покупку совершат более чем 16 миллионов человек.
 - Масштабная рекламная кампания была запущена 28 октября на телевидении, в роликах продукт позиционируется как «*Food of the Gods*» («Еда богов»). В скором времени рождественское промоушен-движение *Ferrero* перешагнет экран телевизора и направится в крупнейшие торговые центры. Покупатели смогут полюбоваться 15-метровой елкой, сделанной из 2 500 подвешенных золотых шариков, и получить один из 60 000 подарочных конфетных наборов-«пробников».
 - С помощью кампании *360°* бренд хочет напомнить всем, что настоящее рождество бывает только с шоколадом, а лучший шоколад — только у *Ferrero*.
-



FERRERO ROCHER

FERRERO ROCHER

FERRERO ROCHER

FERRERO ROCHER

FERRERO ROCHER

SEAGRAM

ANTONIO

Ferrero UK запускает новый веб-сайт для ритейлеров

- *“Конкуренция на рынке сейчас постоянно растет, и наш новый веб-сайт предлагает обязательную информацию для ритейлеров, которая поможет им с максимальным эффектом воспользоваться возможностями, которые открывает грядущий праздничный сезон продаж”, —* отмечает **Джейсон Сазерленд** (Jason Sutherland), директор по продажам в Ferrero.
 - www.ferrero-trade.co.uk
-

Tic Tac – лучший друг женщин



- **Tic Tac** запускает в Великобритании новую рекламную кампанию мятного освежителя, который будет позиционироваться как «прекрасное дополнение к сумочке».
- Это будет первое рекламное мероприятие принадлежащего Ferrero бренда, нацеленное исключительно на женскую аудиторию. Последней раз с целевой рекламой выводился на рынок в 2003 г. бренд Tic Tac Extra Strong. В нацеленную на мужчин рекламу тогда была вложена аналогичная сумма — 4 млн фунтов. В целом потребительская группа бренда Tic Tac в возрасте от 16 до 24 лет оценивается как 45% женщин и 55% мужчин. При этом для мятной разновидности Tic Tac Spearmint это соотношение для аналогичной возрастной категории составляет 73% женщин и 27% мужчин.
-
- Рекламная кампания в Великобритании будет проходить под прежним лозунгом «*refreshing little lifts*» (освежись и улыбнись), предложенным в 2006 г. Шесть брендированных фольксвагенов-«жуков» будут объезжать 42 модных магазина New Look, раздавая образцы продукции вместе со скретч-картами мгновенного выигрыша. Призы — купоны на покупки в магазинах New Look. По мнению директора Ferrero по маркетингу **Дейва Такера**, кампания будет интересна интересующимся модой молодым женщинам — основной потребительской аудитории Tic Tac Spearmint.

С августа **2009** года и по сей день в Ижевске проводится аудит продукции Ферреро (конфеты Ферреро и Рафаэлло, яйца Киндер, шоколад Киндер, драже Тик-Так). Сладкая жизнь — не роскошь, а средство увеличения уровня эндорфина в крови! Ни дня без шоколадки! Ни дня без Киндер-сюрприза!



Тик-так..... «лови свежие эмоции!»





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
