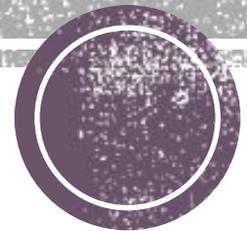


**NESTLÉ™**



# Nestle S.A.

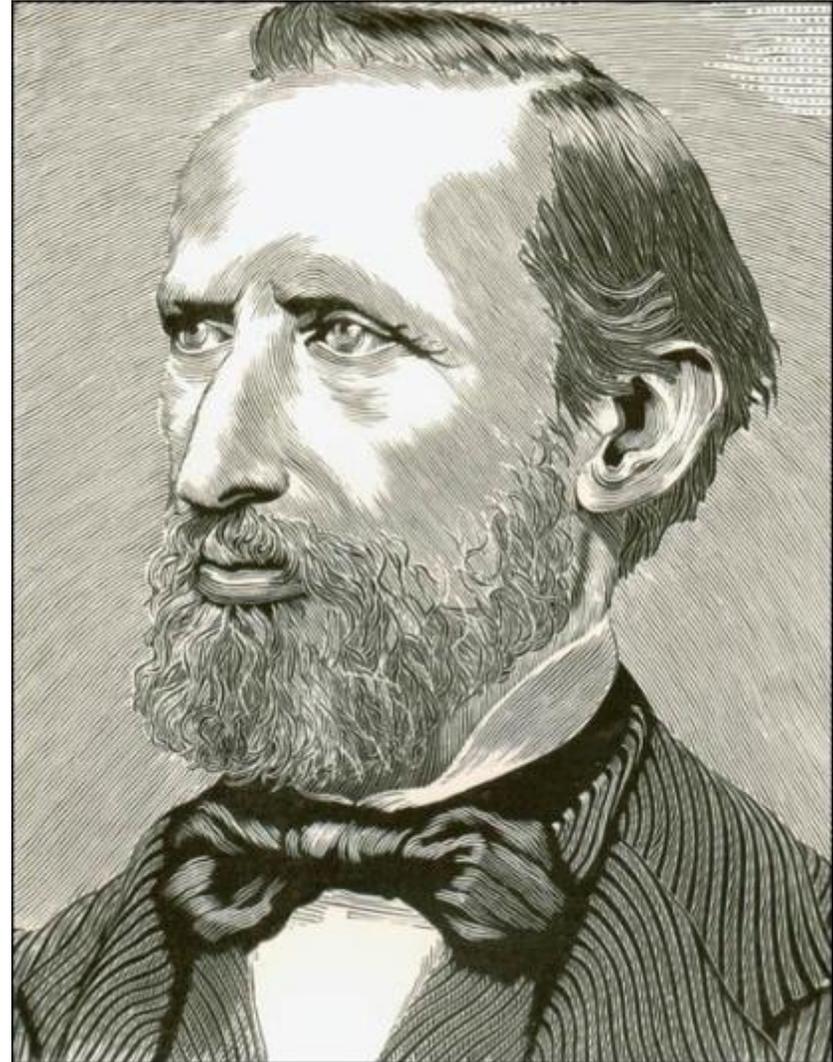
- Nestlé S.A. (полное название - Nestlé Strategische Allianz в русской транскрипции - Нестле С. А., Стратегическое объединение Нестле) — швейцарская компания, крупнейший в мире производитель продуктов питания. Также Nestle специализируется на выпуске кормов для домашних животных, фармацевтической продукции и косметики. Главный офис компании находится в швейцарском городе Ве́ве (Vevey).



# 1866 – 1905.

## Рождение NESTLÉ и первые шаги.

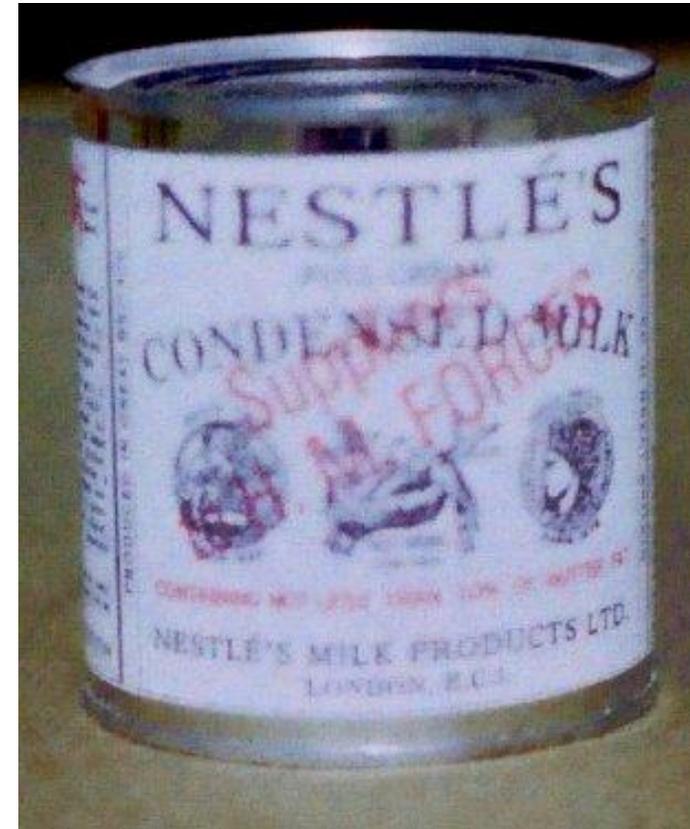
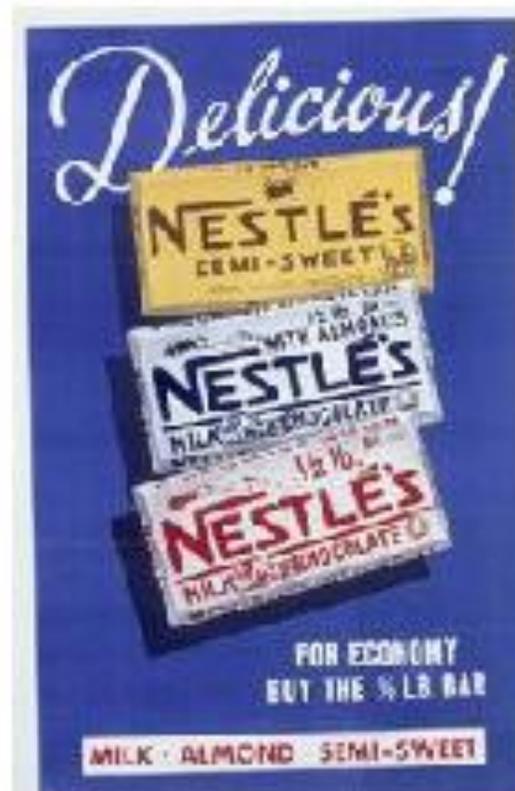
- В середине 60-х годов XIX века опытный фармацевт Генри Нестле начал экспериментировать с различными комбинациями молока, пшеничной муки и сахара, пытаясь создать альтернативный источник питания для младенцев, которые не могли быть вскормлены материнским молоком. Новый продукт получил название Farine Lacte Henry Nestle (Молочная Мука Нестле).
- Генри Нестле, осознавая важность торговой марки в продвижении товара на рынке, решил использовать в качестве торгового знака свой фамильный герб — гнездо с птичками.
- В 1875 году житель города Вевей (Швейцария) Дэниел Питер придумал способ получения молочного шоколада путем соединения молока и какао-порошка. Питер, друг и сосед Генри Нестле, основал компанию, которая быстро стала мировым лидером в



# 1905 – 1918.

## Выход на мировую арену.

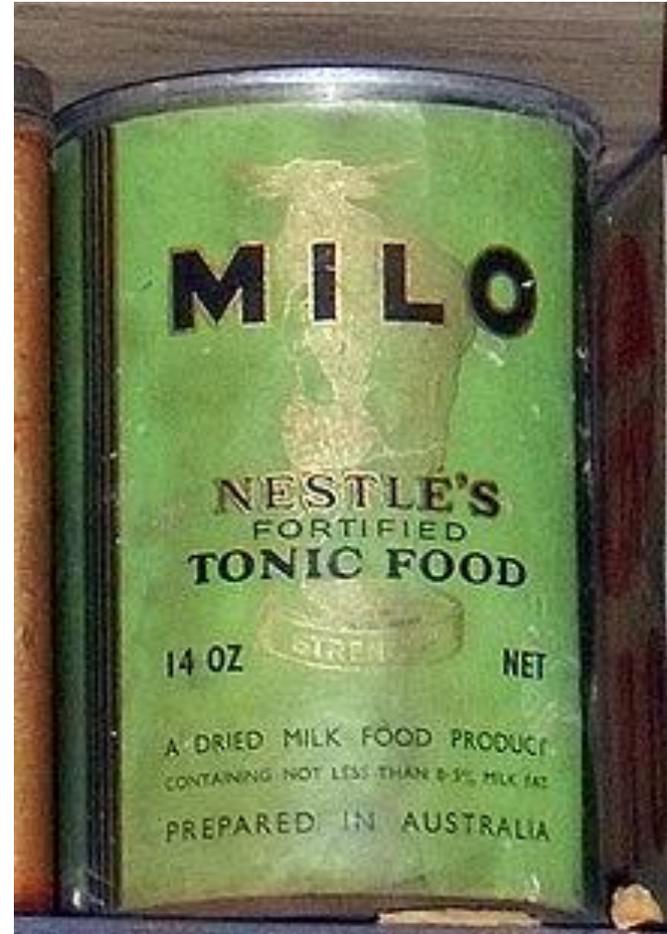
- Уже в начале 1900-х годов у Nestle были фабрики в США, Британии, Германии и Испании. В 1904 году, достигнув соглашения со «Швейцарской Национальной Шоколадной компанией», Nestle добавила к ассортименту своей продукции шоколад. А в 1905 году компания объединилась со своим давним соперником — «Англо-швейцарской компанией по производству сгущенного молока».
- Начало Первой Мировой войны нанесло серьезный удар по деятельности компании. Из-за нехватки свежего молока по всей Европе фабрикам пришлось распродать практически все свои запасы, чтобы удовлетворить нужды населения.
- Но, несмотря ни на что, война вызвала невероятный спрос на молочные продукты. К концу войны компании принадлежали 40 фабрик, а объем производства по сравнению с 1914 годом



# 1918 – 1938.

## На пути к успеху. Создание NESCAFE.

- С окончанием Первой Мировой войны для компании наступил период экономического кризиса. В 1921 году NESTLE впервые понесла убытки. Повышение цен на сырье, послевоенное затишье во всей мировой экономике и падающие курсы валют усугубляли положение.
- Производство шоколада стало вторым по значимости видом деятельности компании. NESTLE стала регулярно выпускать новые виды продуктов питания, в числе которых были: молоко с солодом, растворимый напиток под названием MILO®, порошковая сметана для детей.



# 1938 – 1944.

## Вторая мировая война.

- С началом Второй Мировой войны прибыль NESTLE упала с 20-ти миллионов долларов до 6-ти миллионов.
- По иронии судьбы именно Вторая Мировая война ускорила распространение NESCAFÉ® — новейшей разработки компании. После того как США вступили в войну, NESCAFÉ® стал основным напитком американских солдат и офицеров, несших службу в Европе и Азии. К 1943 году объем производства NESCAFÉ® достиг одного миллиона коробок в год.
- Так же, как и во время Первой Мировой войны, уровень производства и продаж в условиях военной экономики значительно увеличился: общий оборот NESTLE возрос со 100 миллионов долларов до 225-ти миллионов. К концу войны руководители NESTLE добились лидирующего положения в мировом кофейном бизнесе, а также в других, традиционных для NESTLE, направлениях производства.

The image shows the NESCAFÉ logo in a bold, white, sans-serif font against a black rectangular background. The word "NESCAFÉ" is written in all caps, with a registered trademark symbol (®) at the end. The letters are thick and blocky, with a slight shadow effect on the right side of the letters, giving it a three-dimensional appearance.

# 1944 – 1975. Рост и диверсификация: НОВАЯ стратегия развития.

- Послевоенные годы стали самым динамичным периодом в истории развития NESTLE. Вследствие присоединения к корпорации ряда компаний к ассортименту NESTLE добавились десятки новых продуктов.
- В этот же период началось стремительное развитие торговой марки NESCAFÉ®. С 1950 по 1959 год продажи растворимого кофе увеличились почти втрое, а с 1960 по 1974 год — еще в четыре раза. За 15 лет, прошедших после окончания Второй Мировой войны, общий объем продаж компании возрос вдвое.
- Результатом успешной деятельности корпорации стало решение руководства о выводе NESTLE за пределы пищевой индустрии, и в 1974 году компания стала крупнейшим акционером фирмы L'Oreal одного из мировых лидеров в производстве косметики.

The image shows the NESCAFÉ logo in a bold, white, sans-serif font against a black rectangular background. The letters are thick and blocky, with a registered trademark symbol (®) at the end of the word.The image shows the L'ORÉAL logo in a bold, black, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with an accent mark over the 'E' in 'ORÉAL'. A small purple circular icon is visible in the bottom right corner of the slide.

# 1975 – 1981.

## Расширение деятельности.

- После заключения соглашения с L’Oreal в 1974 году позиции NESTLE на мировом рынке пошатнулись. В первую очередь, это было вызвано увеличением цен на нефть и замедлением темпов экономического роста в индустриальных странах. К тому же произошла девальвация курсов иностранных валют, в том числе, французского франка, американского доллара, фунта стерлингов и немецкой марки по отношению к швейцарскому франку.
- Увеличение объемов производства и продаж в развивающихся странах частично помогло NESTLE смягчить последствия спада на традиционных для компании рынках. Чтобы стабилизировать ситуацию, NESTLE снова вышла за пределы рынка продуктов питания, купив компанию Alcon Laboratories, Inc. — американского производителя фармацевтических и офтальмологических товаров.

# Alcon®



# 1981 – 1996.

## Новые направления.

- Под руководством нового Президента NESTLE Гельмута Маухера компания вошла в 80-е годы с новыми силами и решимостью развиваться дальше.
- В период с 1980 по 1984 год компания продала несколько входящих ранее в корпорацию предприятий, которые либо были неприбыльными, либо не вписывались в общую стратегию развития. NESTLE больше не предпринималось.
- В 1984 году улучшение экономического положения NESTLE позволило сделать ряд новых приобретений, включая покупку с аукциона за 3 миллиарда долларов крупнейшую в Америке компанию-производителя продуктов питания Carnation. Подписание договора о приобретении Carnation состоялось в 1985 году и стало одной из крупнейших сделок в истории пищевой промышленности.



# 1996 – 2007.

- Первая половина 90-ых годов стала для NESTLE благоприятным периодом.
- Сейчас корпорации принадлежат более 480 фабрик и производств в 87 странах мира. Ежегодный объем продаж группы компаний, входящих в состав NESTLE, составляет более 98 миллиардов швейцарских франков.
- 31 августа 2007 года компания NESTLE S. A. завершила сделку по приобретению компании Gerber, известного американского производителя детского питания. Покупка компании Gerber — серьезный шаг на пути трансформации NESTLE в ведущую мировую компанию в области производства продуктов питания, правильного питания и здорового образа жизни. Это приобретение сделает NESTLE лидирующей компанией на рынке детского питания в США и в мире, а подразделение Nestle Nutrition — мировым лидером в этом секторе.



**Gerber®**



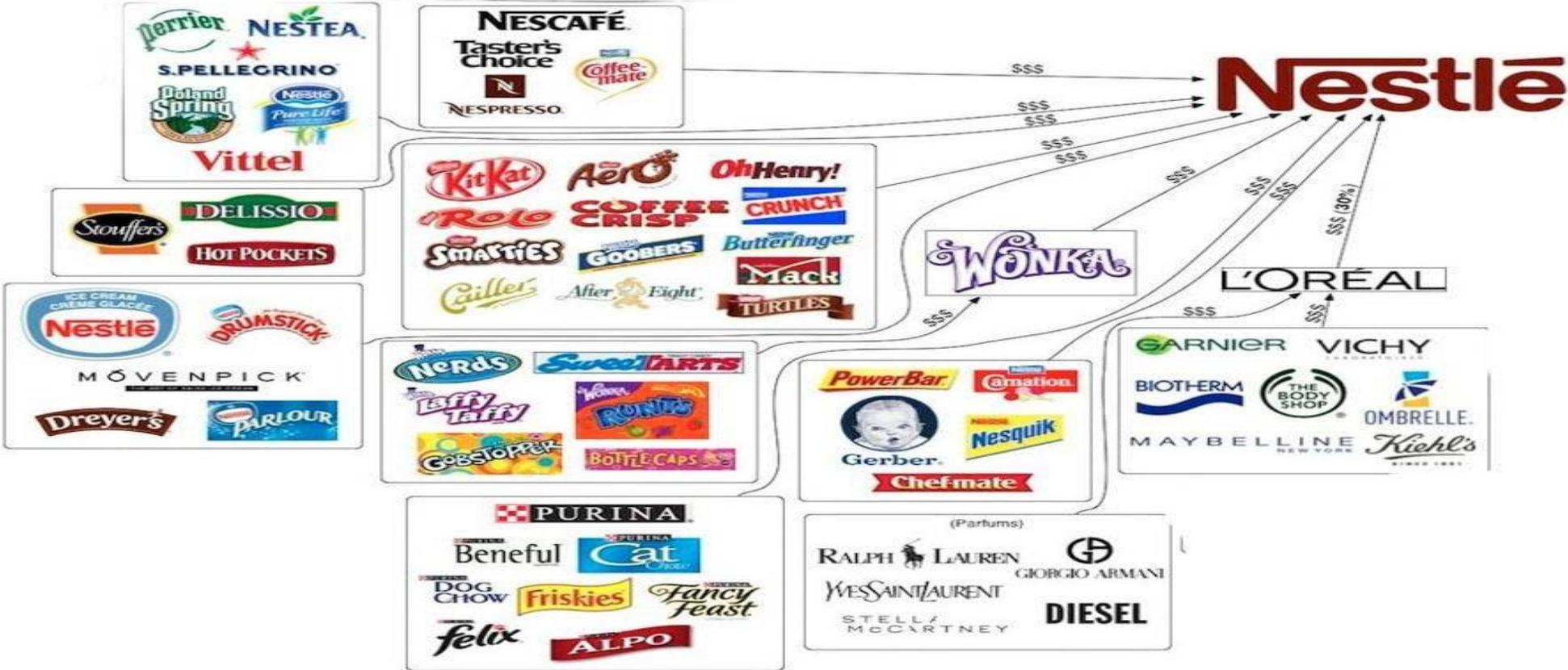
**В группе компаний Nestle работают около 253 тысячи человек, ей принадлежат 500 фабрик и промышленных предприятий во многих странах мира.**



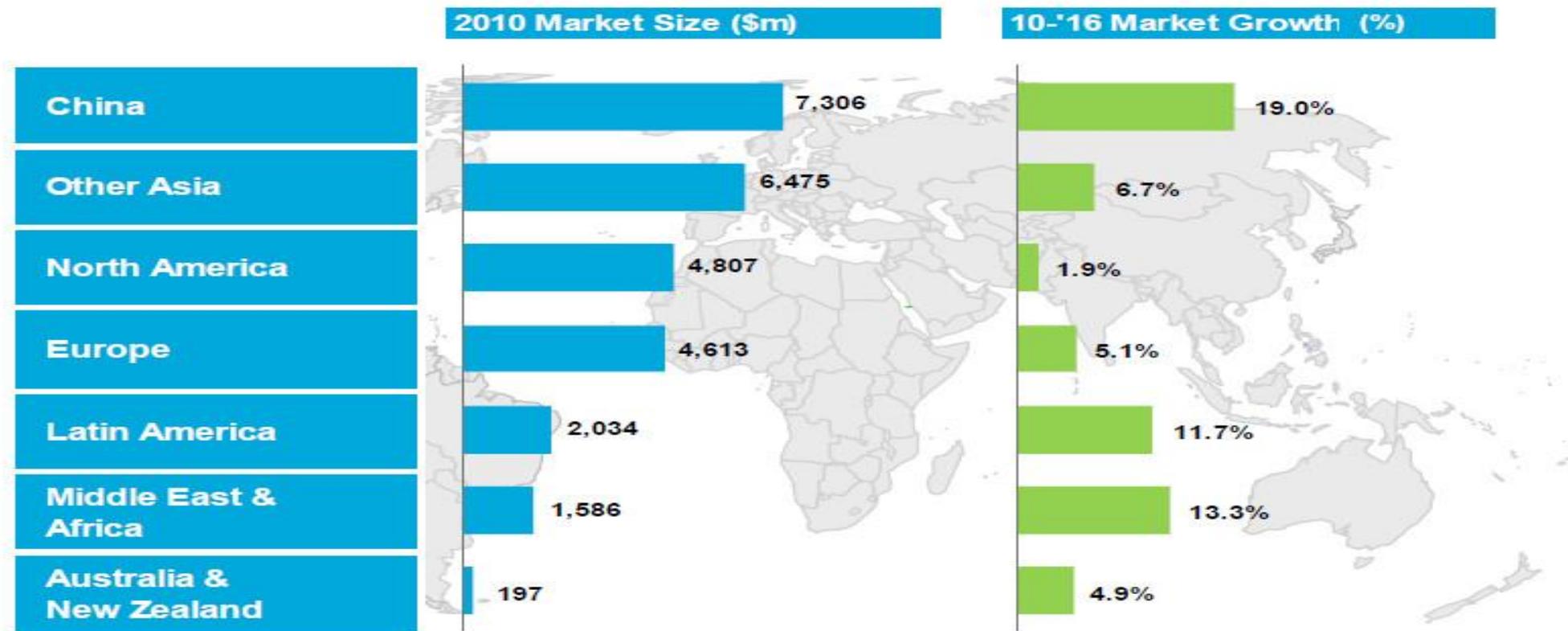
**Nestle контролирует около 45%  
мирового производства кофе.**



# Компании принадлежат бренды Nescafe, Perrier, Vera, Nestea, Nesquik, Maggi, Friskies, L'Oreal.



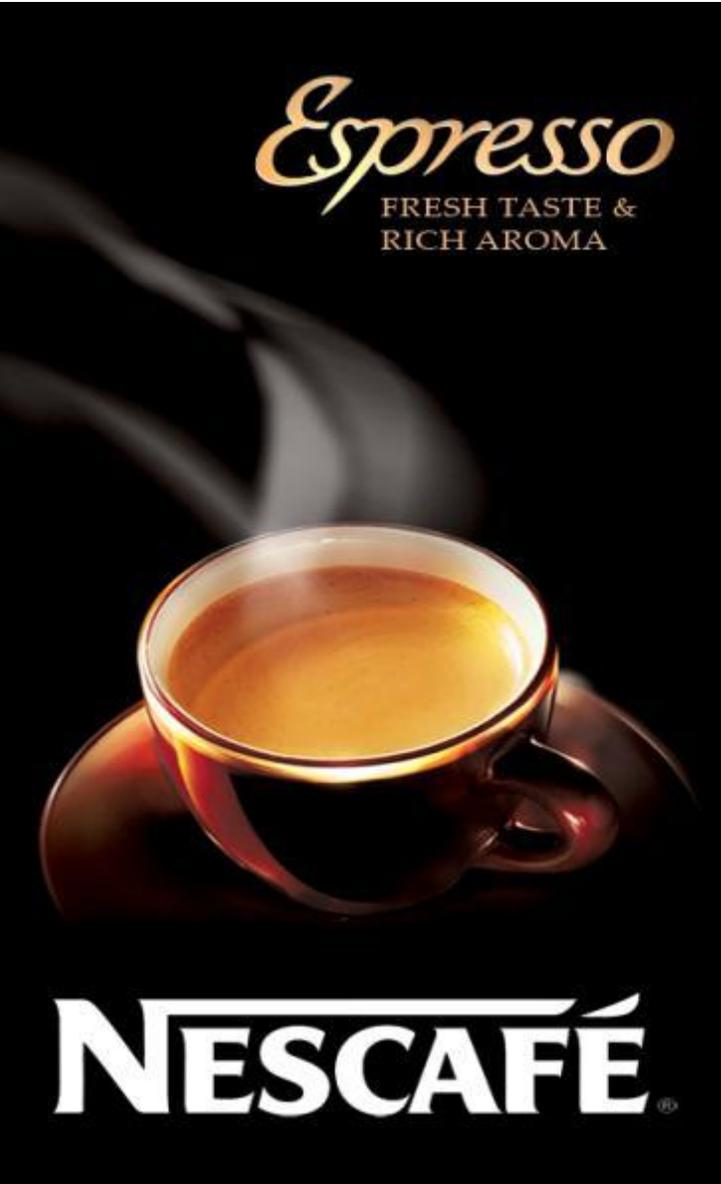
**По итогам 2004 года рыночная стоимость компании оценивалась в 108,04 млрд. долларов, ее годовая прибыль составила 5,01 млрд. долларов.**



**В настоящий момент продукцию  
компании НЕСТЛЕ в России  
представляют следующие бренды.**



# Кофе: NESCAFÉ



# Другие напитки: NESQUIK, COFFEE-MATE, NESTEA



**Coffee-  
mate**<sup>®</sup>  
COFFEE  
CREAMER



# Шоколад и другие кондитерские изделия: NESTLE, KIT KAT, NUTS, AERO, NESQUIK, ЩЕДРАЯ ДУША, БОН ПАРИ, ШОК, САВИНОВ.



# Кулинарные продукты: MAGGI, ТОРЧИН



# Мороженое: NESTLE, EXTREME, MAXIBON, MEGA, 48 КОПЕЕК, HEAVEN DREAM, KIT KAT, NUTS, MOEVENPICK



# Каши и злаковые гарниры: БЫСТРОВ



ГОТОВЫЕ ЗАВТРАКИ: NESTLE, NESQUIK,  
KOSMOSTARS, CHEERIOS, FITNESS, ХРУТКА

Cheerios®



Nestlé®  
*Fitness*®

# Детское питание: NESTLE, NAN, NESTOGEN



# Клиническое питание: CLINUTREN, PERTAMEN, MODULEN



# Питьевая вода: СВЯТОЙ ИСТОЧНИК, PURE LIFE, PERRIER, VITTEL, CONTREX, S. PELLEGRINO



# Общественное питание: CHEF



# Корма для животных: PURINA One, FRISKIES, GOURMET, DARLING, DOG CHOW, CAT CHOW, PRO PLAN

 PURINA.

**Friskies**<sup>®</sup>

 PURINA  
**ONE**<sup>®</sup>  
brand PET FOOD



# Характеристика фирмы

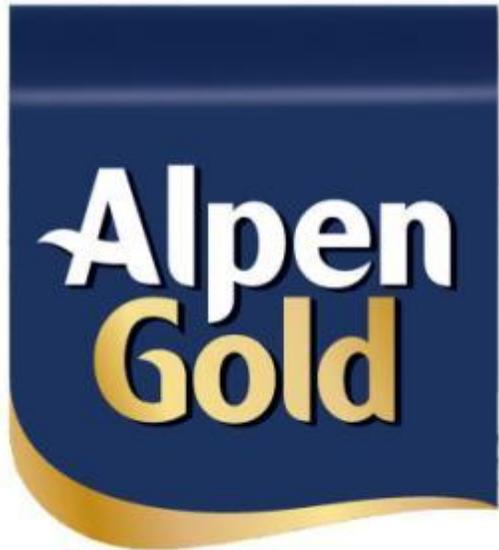
- «Нестле» - многонациональная корпорация, один из старейших и наиболее известных производителей продуктов питания. Имеет оперативные компании в 75 странах, 282 завода в 56 странах и 14 тыс. работающих. Штаб-квартира находится в Швейцарии.
- Существование компании возможно только в том случае, если ее продукцию кто-то потребляет. От того, как ведут себя потребители зависит успешная деятельность фирмы. Чем больше потребителей, тем больше прибыль.
- Цель компании НЕСТЛЕ – создать продукт высокого качества, обеспеченного и неизменного в течение длительного времени, служащего удовлетворению потребностей потребителей в питании, удовольствии и качестве, которому они могут доверять.



- Портрет потребителя
  - Возраст
  - Пол
  - Географический признак
  - Уровень дохода



# Конкуренты



Unilever



Gallina Blanca



# SWOT-анализ

## ▪ **Сильные стороны компании:**

- - высокое качество продукции;
- - бренд;
- - авторитет на рынке;
- - доступные цены;
- - хорошо налаженные каналы распределения;
- - посредники, торгующие продукцией компании, отличаются высоким профессионализмом;
- - большой опыт работы.

## ▪ **Возможности:**

- - увеличение спроса;
- - расширение ассортимента;
- - увеличение доли рынка.

## ▪ **Угрозы:**

- - насыщенность рынка – большое количество компаний-конкурентов, как отечественных, так и иностранных;
  - - выход на рынок новых конкурентов и усиление позиций старых.
- 

# Заключение

- В истории найдется мало примеров, когда таким крупным корпорациям как NESTLE удавалось сохранять на протяжении многих десятилетий лидирующие позиции вне зависимости от условий и перемен на мировом рынке. Залогом успеха NESTLE стали основополагающие Принципы деятельности, которым компания следует с момента ее создания и по сегодняшний день. Компания и дальше планирует расширять ассортимент своей продукции, разрабатывая новые и совершенствуя уже существующие продукты и торговые марки. NESTLE всегда будет придерживаться сбалансированной политики в освоении новых территорий и расширении производства. Долгосрочные обязательства и потенциальные возможности никогда не будут принесены в жертву гонке за краткосрочной прибылью. Приоритетами деятельности компании всегда будут производство самых лучших и высококачественных продуктов для людей, вне зависимости от того, где они находятся, а также соответствие производимых продуктов потребностям человека с момента рождения и в течение всей его жизни.

