

Afacerile Nestle, stimulate de cresterea vânzarilor de hrana pentru animalele de companie

Grupul elvetian Nestle, cea mai mare companie de produse alimentare si bauturi din lume, a raportat joi o crestere cu 3,6% a vânzarilor în 2020, sustinuta de avântul înregistrat în cele doua Americi a vânzarilor de hrana pentru animale Purina PetCare si de divizia Nestle Health Science, informeaza un comunicat de presa.

Cu toate acestea, evolutiile cursului de schimb au redus vânzarile cu 7,9% din cauza aprecierii continue a francului elvetian fata de majoritatea monedelor. Prin urmare, vânzarile totale raportate au scazut cu 8,9%, pâna la 84,3 miliarde franci, comparativ cu 92,6 miliarde franci în 2019.

"2020 a fost un an greu pentru multi. Experienta noastra în materie de nutritie, abilitatile digitale, structura descentralizata si inovatia ne-au permis sa ne adaptam rapid la comportamentele si tendintele în schimbare ale consumatorilor. Am înregistrat progrese semnificative în transformarea portofoliului nostru, am continuat sa dezvoltam Nestle Health Science într-o entitate puternica în domeniul stiintei nutritionale si ne-am extins prezenta în comertul de tip B2C", a declarat directorul general de la Nestle, Mark Schneider.

În România, rezultatele financiare pentru anul 2020 au fost în linie cu cele obtinute la nivel global si de zona, cu o crestere organica de 3,5% sustinuta de complexitatea portofoliului pe piata locala. Aceasta a permis compensarea evolutiei negative a categoriilor care lucreaza în sectorul out-of-home, dar si a investitiilor facute în 2020 în sustinerea comunitatii locale - donatii în bani, echipamente si produse alimentare, masuri de sprijinire a partenerilor din HORECA.

"Anul 2020 a fost un an neobisnuit pentru noi toti, cu provocari de neimaginat acasa si la locul de munca... În ceea ce priveste business-ul, provocarile au venit din toate domeniile - asigurarea functionarii optime în zona de logistica si distributie în contextul închiderii frontierelor, asigurarea echipamentului de protectie necesar pentru angajatii de pe teren, trecerea la munca de acasa sau smart working în sediile de birouri... Rezilienta business-ului Nestle este data de portofoliul nostru variat care a permis compensarea scaderii înregistrate de divizia out-of-home, permitându-ne o crestere organica de 3,5%, în acelasi registru cu rezultatele globale si EMENA. În 2021 vom continua sa investim prin lansari de produse si surprize la aniversarea de 25 de ani în România", declara Leszek Wacirz, Country Manager Nestle România.

Gatitul în familie ca urmare a restrictiilor impuse si produsele inovatoare lansate pe piata locala au dus la o evolutie pozitiva în cazul produselor alimentare, precum si cea mai mare crestere în România pentru aceasta categorie de la intrarea pe piata. Principalele categorii care au înregistrat o evolutie buna au fost: mâncarea pentru animale de companie (Purina Petcare), categoria de cafea, în special cafea portionata pentru consum acasa (Nespresso, NDG, Starbucks), precum si categoria Nestle Health Science cu Optifibre ca inovatie pe piata.

Nestle este cea mai mare companie de produse alimentare si bauturi din lume. Este prezenta în 189 de tari din întreaga lume, iar cei 308.000 de angajati sunt dedicati scopului Nestle de a îmbunatati calitatea vietii si de a contribui la un viitor mai sanatos. Nestle ofera un portofoliu larg de produse si servicii pentru oameni si animale de companie, pentru tot parcursul vietii. Cele peste 2000 de brand-uri ale Nestle includ nume emblematice precum Nescafe, Nespresso, Maggi si Nido.