



Teléfono: 93 480 56 75
Fax: 93 473 46 48
e-mail: Prensa.Nestle@nestle.es

Gabinete de prensa
Nestlé España S.A.

NESTLÉ⁽¹⁾ EN ESPAÑA

Las ventas de Nestlé en 2009 alcanzan los 2.077 millones de euros

Esplugues de Llobregat, 17 de marzo de 2010.— En un año caracterizado por el entorno global recesivo, el conjunto de negocios de Nestlé en España han logrado mantener su cifra de negocios agregada en niveles similares al ejercicio anterior, situándose en 2.077 millones de euros, un 2,7% menos que en 2008 (2.136 millones de euros). Esta contracción está relacionada, en parte, con la negativa evolución de algunos mercados de exportación, afectados también por la situación de crisis económica.

Aún así, las **exportaciones** de Nestlé España alcanzaron los 307 millones de euros y mantienen buenas perspectivas de crecimiento a medio y largo plazo, gracias a las nuevas capacidades industriales añadidas durante 2009 y a la alta competitividad alcanzada por su tejido industrial.

Las **ventas locales** han alcanzado los 1.770 millones de euros y se han mantenido muy cerca de los valores del año anterior (1.800 millones de euros), a pesar del importante deterioro de los mercados alimentarios durante el primer semestre de 2009, periodo en el que se dio un fuerte freno del consumo a la vez que una reorientación de los hábitos de compra de los consumidores, acuciados por el empeoramiento de la situación económica.

Pese a esta evolución desfavorable del mercado, en el segundo semestre Nestlé vio repuntar sus participaciones de mercado en un buen número de categorías y sus ventas presentaron una evolución mejor que la del mercado alimentario en general, gracias a un intenso plan de innovación y renovación de productos, así como de actividades promocionales.

Marcha de los negocios

Pese al contexto externo desfavorable, durante 2009 se ha seguido consolidando el excelente desarrollo de los negocios de sistemas de Café en cápsulas (NESPRESSO y NESCAFÉ Dolce Gusto), en los que el mercado español está ya entre los 3 con mayor nivel de operaciones a nivel mundial.

⁽¹⁾ Estos datos reflejan la actividad comercial conjunta de Nestlé España SA, Productos del Café SA, Helados y Postres SA, Comercial Helados Nestlé SA, Davigel España SA, Nestlé PetCare España SA, Nestlé Waters España SA, Aquarel Ibérica SA, Nestlé Healthcare Nutrition SA y Cereal Partners España AEIE (50%). Incluyen también, por primera vez, la cifra de negocio de Nespresso, que no se consolida localmente.

En el ámbito de Nutrición, cabe destacar la buena evolución del negocio de Healthcare Nutrition en su primer año completo desde su integración en Nestlé y el fuerte relanzamiento de las gamas de Nutrición Infantil, que ha permitido también reforzar las participaciones de mercado durante la segunda parte del año.

Por otro lado, productos tradicionales como NESCAFÉ, la gama de especialidades LITORAL y buena parte de la gama de chocolates aceleraron sensiblemente su evolución a partir de la ejecución de diversos planes de relanzamiento y renovación, que aportaron muy buenos resultados. Por último, cabe destacar la integración de las cifras de negocio de Cafés CASTEL, desde el mes de abril de 2009.

Los buenos resultados registrados en diferentes negocios se han visto en buena parte neutralizados por la evolución del mercado de Fuera del Hogar, que ha sufrido, aún con más intensidad que el resto de mercados alimentarios, las consecuencias de un consumidor retraído, preocupado por el aumento del desempleo y con una creciente necesidad de recortar gastos. Así, los negocios de Helados, Aguas y Nestlé Professional han tenido dificultades para mantener los niveles de ventas de años anteriores, pese a haber expandido sus participaciones de mercado.

Una de las estrategias a la que Nestlé ha dedicado más esfuerzo en el año 2009 es la de desarrollar un portafolio de productos que aborde los tres grandes segmentos del mercado: especialidades *premium*, productos de precio medio y productos de posicionamiento popular (PPP).

Más concretamente, el desarrollo de una estrategia específica de PPP ha empezado a dar sus frutos con nuevas referencias que suponen una propuesta de valor/precio muy atractiva para los consumidores y con la garantía de calidad de las mejores marcas de Nestlé, como las «Recetas de la abuela», de LITORAL, el nuevo condimento Directo al Horno, de MAGGI, o las tabletas de chocolate rellenas, que se unen a otros productos económicos, ya clásicos en la oferta de Nestlé, como las obleas de LA COCINERA o la tradicional tableta de chocolate DOLCA, todos ellos con un precio en el mercado por debajo de 1 euro.

Evolución de las exportaciones

Las exportaciones, que en su mayor parte tuvieron como destino otras empresas del Grupo Nestlé, especialmente europeas, representaron un 15% del total de la cifra de negocios y se situaron en 307 millones de euros. Con respecto al año anterior, retrocedieron un 8,3%, en parte a causa de la negativa evolución de algunos mercados de exportación, afectados también por la situación de crisis económica.

No obstante, las exportaciones, que tuvieron como destino 55 países distintos de los cinco continentes, siguen teniendo un elevado potencial a medio y largo plazo, gracias a la notable competitividad de las fábricas españolas en el ámbito productivo del Grupo.

El 82% de las ventas se concentró en 10 países, que fueron, de mayor a menor cuantía, Francia, Portugal, Italia, Reino Unido, Suiza, Grecia, Alemania, Turquía, República Checa y Rusia. Por continentes, Europa absorbió el 90% del total de las exportaciones a otros mercados, seguida de Asia con un 7%.

Por categorías de producto, las más exportadas fueron café soluble, alimentos infantiles, chocolates, helados, café verde descafeinado y productos lácteos.

Sigue el impulso a las inversiones

En 2009, Nestlé invirtió 91 millones de euros, superando ligeramente el nivel del ejercicio anterior (89 millones de euros). Del total, 69 millones se destinaron al ámbito de producción y 22 millones al área de administración y tecnologías de la información.

Las fábricas que han recibido una mayor inversión son las de Girona, La Penilla (Cantabria), Araia (Álava), Sevares (Asturias), Viladrau (Girona) y Herrera del Duque (Badajoz).

Por negocios, las mayores inversiones se han destinado a los de cafés, nutrición infantil, helados, aguas embotelladas y chocolates.

Cabe destacar la entrada en funcionamiento de la nueva planta de NESCAFÉ Dolce Gusto en Girona, que comenzó a producir en el último trimestre de 2009 y que, en el transcurso de 2010, culminará la instalación de las 4 líneas de envasado previstas con una capacidad de producción 400 millones de cápsulas anuales.

Buenos resultados en la Región Ibérica

Desde hace varios años, España es la sede de la Región Ibérica del Grupo Nestlé, que tiene responsabilidad plena sobre los mercados español y portugués. En 2009, el conjunto de la Región Ibérica logró defender la cifra de negocio en niveles idénticos a los del año anterior, con unas ventas agregadas de 2.626 millones de euros, en línea con la cifra del ejercicio anterior (2.627 millones de euros). Estos resultados, mantienen a la Región Ibérica entre los 10 primeros mercados de Nestlé a nivel mundial.