Nestlé
Good Food, Good Life

L'impegno 60/40+ di Nestlé

L'attenzione di Nestlé, oggi più che mai, è rivolta al potenziale nutrizionale dei propri prodotti. Per questo, lavora a un aggiornamento costante di ricette e ingredienti e si impegna a comunicare ai consumatori gli aspetti relativi al valore nutrizionale dei propri prodotti e fornisce informazioni sull'importanza di un corretto stile di vita. Per raggiungere questi obiettivi, ha messo a punto il programma 60/40+:

- √ **Un programma e una serie di strumenti unici che ottimizzano costantemente sia la preferenza in termini di gusto sia la superiorità in termini nutrizionali.**
- √ **Una spinta all'innovazione e al rinnovamento.**
- √ **Un programma che copre 18 categorie alimentari, coinvolgendo 85 paesi.**
- √ **Ogni anno l'attenzione è focalizzata sui prodotti campioni di vendite per massimizzare l'impatto sulla qualità della dieta dei consumatori.**

Operare affinché una sana alimentazione diventi la scelta privilegiata dei consumatori

- Nel 2004 le Direzioni Marketing, Tecnica e Nutrition di Nestlé hanno sviluppato un vasto programma di monitoraggio del portafoglio prodotti con l'obiettivo di guidare la costante ottimizzazione delle ricette. Questo programma era – ed è ancora oggi – unico perché non si limita a esaminare il profilo nutrizionale dei prodotti, ma lavora anche per far sì che i prodotti ad elevato apporto nutritivo soddisfino sempre le preferenze in termini di gusto dei consumatori.
- Il programma ha preso il nome dal suo duplice obiettivo: che i prodotti Nestlé apportino un "valore aggiunto" in termini nutrizionali conquistando allo stesso tempo almeno il 60% dei consumatori in un test di preferenza rispetto ai prodotti diretti concorrenti.
- Dal 2005, con il programma 60/40+, Nestlé ha iniziato a trasformare il portafoglio prodotti.

Una metodologia rigorosa, basata su cifre rigorose

- Per ogni categoria alimentare a marchio Nestlé vengono costantemente aggiornati i criteri nutrizionali, che si basano sulle raccomandazioni di autorità sanitarie di fama mondiale e che riflettono le proprietà fisico-chimiche e i ruoli dei prodotti nella dieta. Tali criteri, messi a confronto e adeguati anche in base alle prioritò sanitarie e alla normativa locale, permettono di stabilire la base nutrizionale del prodotto e il suo "valore aggiunto".
- I test di preferenza vengono effettuati su grandi gruppi di consumatori selezionati fra gli utilizzatori regolari della categoria o sottocategoria in questione. La valutazione anonima comprende il gradimento generale e un elenco dettagliato di punti per la valutazione organolettica dei prodotti Nestlé e dei suoi diretti concorrenti, oltre a una valutazione della preferenza. Per prodotti innovativi privi di concorrenti sul mercato, la metodologia viene adattata con campioni di consumatori anche più ampi. Tale profilo e confronto dettagliato delle proprietà sensoriali permettono di confermare la preferenza dei consumatori per la proposta nutrizionale di Nestlé o di identificare in maniera precisa i parametri che devono essere perfezionati.
- Le formule migliorate sono sottoposte a ulteriori test fino a che il prodotto diventa una scelta vincente per i consumatori.

Migliaia di prodotti coinvolti ogni anno

- Ogni hanno vengono selezionati "panieri" di prodotti da testare per la prima volta e da testare nuovamente. I prodotti sono attentamente selezionati in base alla loro importanza nelle scelte quotidiane dei consumatori: la priorità viene sistematicamente assegnata a quelli più comuni e a tutte le innovazioni in fase di lancio.
- Altri prodotti devono ancora superare il test di controllo del profilo nutrizionale, che consentirebbe il loro inserimento nei "panieri" del programma 60/40+ per l'anno successivo.
- Alla fine del 2006, i prodotti che rappresentavano un fatturato netto pari a 30,5 miliardi di CHF erano già stati pienamente "elaborati per il programma 60/40+" ed erano sul mercato per essere venduti e ciò rende il programma il più ampio mai dispiegato nell'industria alimentare.

Un impegno di tutti i team di Nestlé

- Oltre 325 persone competenti e di alto livello fanno sì che il programma 60/40+ fornisca un'alimentazione gustosa ai consumatori di tutto il mondo:
  - ➢ Dirigenti e assistenti del 60/40+
  - ➢ 135 nutrizionisti, nei mercati mondiali e presso il Centro di Ricerca Nestlé
  - ➢ 85 dirigenti del settore Nutrizione, Salute e Benessere
- La Corporate Wellness Unit, presso la sede centrale di Nestlé, così come le divisioni locali, stanno sostenendo e monitorando il programma in tutte le sedi Nestlé.