

## Silvia Sticlea, Nestlé România: Ne așteptăm la o mică reducere de consum, trebuie să ne asigurăm că rămânem în coșul de cumpărături

03 Aug 2022 | de Alina Stan



[1]

**După un prim semestru în care vânzările Nestlé România au crescut cu 12,6%, evoluție susținută de portofoliul diversificat, obiectivul pentru următoarele șase luni este păstrarea ritmului de creștere pentru ca, la finalul lui 2022, compania să bifeze al nouălea an consecutiv de rezultate financiare pozitive, a spus Silvia Sticlea, Country Manager Nestlé România.**

“7 din 10 categorii au experimentat creșteri ale vânzărilor în primul semestru, ceea ce ne-a ajutat să navigăm prin acest context de piață plin de provocări. Ne dorim să continuăm [creșterea double digit](#) [2] până la finalul anului. Celelalte 3 categorii au avut și ele creșteri, de o singură cifră. Trebuie să ne asigurăm că avem continuitate pe lanțul de aprovizionare, să ne asigurăm că produsele noastre se regăsesc la raft și apoi în coșul de cumpărături. Brandul este foarte important, consumatorii spun că vor continua să folosească branduri, chiar dacă în cantități mai mici. Trebuie să continuăm să construim imaginea brandurilor noastre. Ne așteptăm la o mică reducere de consum, iar noi trebuie să ne menținem în continuare în topul preferințelor. Ne dorim ca anul să se termine cu o creștere de peste 10%. Trebuie să fim

---

adaptabili, al nouălea an de creștere consecutivă poate fi un obiectiv realizabil”, a spus pentru Progresiv Silvia Sticlea.

Potrivit acesteia, România este o piață foarte importantă în zonă pentru Nestlé, compania continuând investițiile în dezvoltarea portofoliului de produse, a proiectelor și programelor educaționale și de awareness, dar și investițiile în dezvoltarea echipei de specialiști.

“În primele șase luni ale anului am făcut lansări în toate categoriile de produse Nestlé, de la extensii de gamă în toate categoriile la introducerea pe piață a unor produse inovatoare sub branduri intrate în premieră în România – precum [Nesvita](#) [3] (gustări de ovăz pentru micul dejun) și Nancare (suplimente pediatrice). În această perioadă, un brand puternic și iubit este foarte important, de aceea trebuie să creștem imaginea și loialitatea față de brandurile noastre”, a mai spus Silvia Sticlea.

Citiți și: [Silvia Sticlea, Nestlé România: "Diversitatea portofoliului ne face mai puternici și mai adaptabili" \[4\]](#)

La nivel de grup, Nestlé estimează o creștere organică a vânzărilor cuprinsă între 7% și 8% la finalul acestui an. Marja profitului operațional este așteptată în jurul valorii de 17,0% și, totodată, reprezentanții companiei preconizează creșteri ale profitului pe acțiune în monedă constantă și eficiența capitalului. Pe piață locală compania [a raportat în 2021](#) [5] un avans peste media grupului, bifând un plus al afacerilor de 10,5%.

Nestlé, cea mai mare companie de produse alimentare și băuturi din lume, este prezentă în 189 de țări din întreaga lume cu peste 2.000 de branduri. Cumulat, pentru companie lucrează mai bine de 300.000 de persoane.

## Știri asemănătoare

**Source URL:** <https://revistaprogresiv.ro/stiri/silvia-sticlea-nestle-romania-ne-asteptam-la-o-mica-reducere-de-consum-trebuie-sa-ne-asiguram>

**Legături**

[1] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images/silvia\\_sticlea\\_country\\_manager.jpg](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images/silvia_sticlea_country_manager.jpg)

[2] <https://revistaprogresiv.ro/stiri/nestle-romania-crestere-de-peste-12-dupa-prima-jumatate-anului>

[3] <https://revistaprogresiv.ro/stiri/nestle-lanseaza-pe-piata-din-romania-brandul-nesvita>

[4] <https://revistaprogresiv.ro/articole/silvia-sticlea-nestle-romania-diversitatea-portofoliului-ne-face-mai-puternici-si-mai>

[5] <https://revistaprogresiv.ro/stiri/nestle-romania-evolutie-peste-rezultatele-globale-2021>