

המתכון הראשון של נוטלה נוצר בחדר האחורי של מאפייה איטלקית בשנת 1944. מאז ועד היום, נהנים דורות של צרכנים מהטעם הייחודי של נוטלה

ערכי המותג

במהלך השנים אימצה חברת פררו קודים אתיים נוקשים, במטרה להבטיח שהמרכיבים של נוטלה מפותחים על פי תקנים מוסריים. פררו חברה בקבוצה המחויבת לפיתוח תקני הסמכה, המוכיחים כי המוצרים שלה לא מתבססים על העסקת ילדים במהלך גידול ועיבוד פולי הקקאו שמצויים במוצר. פררו היא גם שותפה מלאה ביוזמת הקקאו הבינלאומית.

בנוסף, באמצעות קרן הקקאו העולמית (WCF), פועלת החברה לשיפור הרווחה של קהילות העוסקות בחקלאות הקקאו. החל משנת 2005, חברה פררו גם בועדה לשמן דקלים בר קיימא (RSPO). הועדה, שנוסדה בשנת 2004 על ידי ארגונים המעורבים בשרשרת ההיצע של שמן הדקלים, מעודדת את הגידול והשימוש בשמן דקלים בר קיימא באמצעות שיתוף פעולה בתוך שרשרת האספקה.

רק את טבלת הפסטה גיאנדוגיה. כתוצאה מכך, שינה פררו את מרקם המוצר לממרח שנמכר בצנצנת, על מנת שאפשר יהיה למרוח אותו על לחם. בשנים שלאחר מכן שונה שם המוצר ל"סופרקרמה גיאנדוגיה", והחל משנת 1964 הוא נקרא פשוט "נוטלה".

ממרח נוטלה זכה להצלחה כבר מיום השקתו, מה שהניע חנויות מזון באיטליה להציע שירות שנקרא "המריחה": ילדים איטלקים הלכו לחנות המקומית כשבידם פרוסת לחם, כדי שהחנווני יטבול סכין בצנצנת הנוטלה הגדולה שעל הדלפק וימכור להם 'מריחה' של נוטלה על הפרוסה שבידם.

כיום, נמכר המותג ביותר מ-75 מדינות ברחבי העולם, כולל ארצות הברית, הוא מדורג כממרח מספר אחד באירופה, ובשנים האחרונות הוא מתחזק מאד במדינות המתפתחות ברחבי העולם.

נוטלה הוא ממרח אגוזי לוז עם חלב דל שומן ורמיזה של קקאו, שאינו מכיל צבעי מאכל וחומרים משמרים. צנצנת במשקל 350 גרם מכילה כ-45 אגוזי לוז וצנצנת של 750 גרם מכילה כ-97 אגוזי לוז.

הגרסה הראשונית של ממרח אגוזי הלוז - שנקרא לימים נוטלה - נהנתה והומצאה בשנות ה-40 של המאה הקודמת על ידי פייטרו פררו, אופה ומייסד חברת פררו האיטלקית.

באותה תקופה, נרשם מחסור חמור באספקת פולי קקאו בשל מדיניות התקצוב שהונהגה במהלך מלחמת העולם השנייה. כדי להתגבר על המחסור, החליט פררו להשתמש במקום בפולי קקאו באגוזי לוז, אשר היו נפוצים באזור פידמונט שבצפון מערב איטליה, כדי לייצר ממרח בטעם דומה לממרח שוקולד.

הגרסה המקורית של ממרח נוטלה נקראה "פסטה גיאנדוגיה". באיטלקית, משמעות המילה

"פסטה" היא ממרח, ו"גיאנדוגיה"

הוא שמה של דמות מפורסמת

מקרנבל חוצות שנערך באזור.

הדמות של גיאנדוגיה גם הופיעה

בפרסומות הראשונות למוצר.

בתחילה, הפסטה גיאנדוגיה

הייתה מוצקה והיא שווקה

בצורת טבלאות שנעטפו בנייר

כסף, על מנת שאימהות יוכלו

להניח אותן בין שתי פרוסות

לחם להכנת כריכים. אבל, ילדים

רבים זרקו את הלחם ואכלו





www.nutella.co.il

דברים שלא ידעת על נוטלה

- מדי שנה, נמכרים יותר מ-250,000 טון נוטלה מסביב העולם.
- מדי יום, יותר מ-70 מיליון אגוזי לוז משמשים לייצור נוטלה.
- כמות הנוטלה המיוצרת בעולם ביום אחד שווה לכפי שלושה מהמשקל של פסל החירות.
- אילו היו מסדרים בשורה את כמות צנצנות הנוטלה הנמכרות מדי שנה, הן היו מקיפות את הירח ארבע פעמים.
- חגיגות ה-40 של נוטלה מופיעות בספר השיאים של גינס כארוחת הבוקר הגדולה ביותר, בה התארחו 27,854 בני אדם באצטדיון אופשלק בגלסנקירשן, גרמניה.
- ג'ובאני, אגוסטוני ושמיר.

ובעתידי...

נוטלה גאה בטעם הייחודי של המוצר, ומבטיח כי הוא יישאר ללא שינוי גם בעוד שנים רבות.



נוטלה הוא נותן החסות הרשמית לנבחרות הכדורגל הלאומיות האיטלקיות, הגרמניות והצרפתיות, ובנוסף תומך המותג גם בפעילויות ספורט בקרב ילדים, על מנת לעודד אורח חיים בריא בקרב הצרכנים הצעירים.

פעילות המותג בישראל

היבוא של נוטלה מאיטליה לישראל החל כבר לפני יותר מ-35 שנה, במהלך ביסס המותג את מעמדו בשוק, כמעט ללא תמיכה שיווקית. חברת ליימן שלייסל הינה אחראית בישראל לשיווק מוצרי פררו, ובכללם נוטלה. נוטלה הציבה לעצמה כמטרה בישראל לשלב את הממרח כחלק מארוחת הבוקר של הצרכנים. ממחקרים שערכו ג'ובאני, אגוסטוני ושמיר עולה, כי 30%-10% מהילדים ומהמבוגרים אינם אוכלים ארוחת בוקר. המחקרים העלו גם, כי ילדים שאינם צורכים ארוחת בוקר נוטים יותר להשמנה, ועשויים לסבול מביצועים נחותים יותר בבית הספר. על כן, נוטלה מציעה כחלק מהמסר התקשורתית שלה, לעודד את צריכתה של ארוחת בוקר באמצעות הפיכתה לחוויה נעימה ומעוררת תיאבון. זו הסיבה שכה חשוב לפררו לקדם הזדמנויות אכילה כאלה.

על כן, פיתחה חברת פררו, בשיתוף עם תזונאים מקומיים ובינלאומיים, מודל של ארוחת בוקר, המתאימה לצרכן הישראלי: 50 גרם לחם מחיטה מלאה, 30 גרם ממרח נוטלה, כוס אחת של חלב דל שומן ופרי טרי אחד, המרכיבים ארוחה מזינה, המספקת איזון טוב במזונם של מרכיבים תזונתיים ואופציה לארוחת בוקר טעימה. בחציון השני של שנת 2010 עלתה לשידור פרסומת לנוטלה בערוצי הטלוויזיה המסחריים, שהופקה במיוחד לשוק הישראלי. הפרסומת התמקדה בארוחת הבוקר הישראלית.

החברה גם הכינה למוצר גרסה פרסומית "כשרה לפסח" לקראת חג הפסח וכן הפיקה אמצעים מותאמים לפסח לנקודות המכירה ביחד עם פרסומת ייעודית, שהציגה את השימוש בממרח על גבי מצה, וזאת כחלק מהאסטרטגיה של החברה להתאים את ממרח נוטלה ואת האסטרטגיה התקשורתית שלו לתרבות הישראלית המקומית.

במקביל, הגדילה החברה את התמיכה השיווקית כמותג באמצעות השקת אתר אינטרנט ייעודי, המציג עובדות על חשיבותה של ארוחת הבוקר. נוטלה גם מתחזק דף ברשת החברתית פייסבוק, המאגד סביבו מעל ל-15,000 חברים. במקביל, נוטלה גם מנהל פעילות בתוך נקודות המכירה, למשל באמצעות מיקום המוצר בצמוד לקטגוריית מוצרי האפיה ועוד.



2010

נוטלה משיקה את קמפיין "התחילו יומכם עם נוטלה" בישראל.

1975

הנוטלה מיובא לראשונה לישראל.

1964

המוצר מקבל את השם נוטלה.

שנות ה-40'

השקת הגרסה הראשונית של נוטלה.