



31 Июль 2008, Четверг

Свежий номер • Архивы • Рассылки • Карта сайта

Українською

КОНТРАКТЫ UA	Деловые новости	Пресс-релизы	Бизнес-события	Форум	Личный счет	Авто	Нед
---------------------	-----------------	--------------	----------------	-------	-------------	------	-----

Украинский деловой еженедельник "Контракты" / № 18 от 05-05-2008

РЕКЛАМА П

ПОИСК

В этом номере:

- ▶ Тема номера
- ▶ Эпицентр
- ▶ Деньги
- ▶ Сфера влияния
- ▶ Рынки и Компании
- ▶ Автоклуб
- ▶ Секрет фирмы
- ▶ Маркетинг
- ▶ Истории
- ▶ Вещи
- ▶ **Содержание**

В "Контрактах":

- Свежий номер
- **Архивы**
- Об изданиях
- Редакция
- Подписка
- Реклама в газете
- "Конкретно о..."
- "КАК КУПИТЬ"
- "Гвардия"

На сайте:

- **Новости компаний**
- **Рассылки сайта**
- **Реклама на сайте**
- Каталог ссылок
- Контакты
- **Карта сайта**

- Сделай стартовой
- Добавить в избранное
- RSS** rss каналы

Реклама:

Маркетинг

Привкус сальмонеллы

Алексей ГОШ, директор по коммуникациям Reputation Capital



Опыт британской Cadbury показывает, что для сохранения репутации иногда можно пренебречь этическими нормами

В 2006 году на грани репутационного и финансового кризиса оказался лидер кондитерского рынка Великобритании Cadbury. Компания с портфолио из 50 брендов владела 30,84 % внутреннего рынка, а ее Cadbury Dairy Milk и сейчас остается наиболее популярным брендом в Британии. В 2004 году журнал Management Today присвоил компании звание Most Admired Company. Впрочем, испытания, перед лицом которых она оказалась, могли перечеркнуть всю двухсотлетнюю историю успеха знаменитого производителя.

Сантехник прокололся

Все началось с обращения независимой лаборатории к британскому Агентству по здравоохранению с просьбой провести дополнительную проверку пищевых проб, содержащих, по их мнению, штаммы сальмонеллы. Как только тревожные предположения подтвердились, от лаборатории потребовали назвать источник проб. После того как лаборатория отказалась, вопросом заинтересовались другие государственные органы. В итоге знаменитая компания Cadbury признала, что зараженные пробы продукции принадлежат ей. Нежелание уведомлять санитарные инстанции об инциденте представители компании объясняли тем, что содержание опасной бактерии в продукции было незначительным и это не могло повредить здоровью потребителей.

Тем не менее, не будучи удовлетворенными полученным ответом, государственные инстанции начали официальное расследование, в результате которого обнаружилось, что подозрения в содержании бактерий сальмонеллы в продукции Cadbury впервые возникли еще в 2002-м. Повторно опасные организмы были обнаружены в январе 2006 года. Ни один официальный орган не был поставлен в известность о данных фактах.

Сладкий Альбион

Британцы тратят на шоколад сумму, эквивалентную четверти украинского ВВП

- 4,7** млрд фунтов стерлингов — объем британского рынка шоколада
- 6%** — рост британского рынка шоколада
- 12%** — рост британского рынка шоколада в наиболее динамичном премиум-сегменте

Реклама від Google

[Бажаєш купити авто?](#)

Портал оголошень з продажу нових та користованих авто.
www.topauto24.com.ua

[Вакансія: юрист](#)

Работа для юриста
Найди свою работу!
www.rabota.ua

Несмотря на все утверждения специалистов компании о низком составе в продуктах опасного содержимого, независимые эксперты были единодушны в своей оценке: даже незначительное присутствие в шоколаде сальмонеллы несет серьезную угрозу здоровью человека, а высокое содержание сахара и жиров является идеальной средой для обитания бактерии.

Красноречивым подтверждением подобных утверждений стало заражение сальмонеллой 180 человек в Великобритании в злополучном 2006 году. Всплеск заболеваний санитарные инстанции могли объяснить лишь одной причиной: все пострадавшие накануне употребляли продукцию компании Cadbury. Предположительно, число больных было больше, поскольку некоторые из них могли не обращаться к врачам.

Издания "ГК":

Бухгалтерский еженедельник "ДЕБЕТ-КРЕДИТ"



№30/2008

Проверки налоговых деклараций по НДС ::
Электронные авиабилеты :: ГНАУ разъясняет нюансы учета НДС ...

Рейтинги "ГВАРДИЯ"



"Гвардия брендов"
Рейтинг самых дорогих брендов Украины

Каталог "Конкретно о строительстве"

Проведя детальное внутреннее расследование, компания обнаружила и источник угрозы. В одном из цехов было найдено повреждение в трубе, отводившей зараженные птицами и грызунами воды.

Нестандартное поведение

Скандал с утаиванием важной информации стал набирать угрожающие обороты. Едва ли не единственным положительным моментом на фоне неоднозначной позиции Cadbury стало интервью в BBC с руководителем компании Тоддом Штитцером, в котором он принес свои извинения в связи с инцидентом и уверил в дальнейшем соблюдении компанией высоких стандартов производства. Вскоре Cadbury добровольно отозвала из торговых сетей около миллиона упаковок шоколадной продукции, выпущенной под семь торговых марками.



Главной проблемой, с которой столкнулась компания, было обвинение в утаивании того, что в продукции обнаружили опасные бактерии, что, по мнению государственных органов, подвергло потребителей недопустимому риску. На протяжении 23 недель Cadbury хранила в тайне свои подозрения, с неохотой приняла предложение санитарных инстанций о добровольном отзыве зараженной продукции и совершила данный шаг лишь через два дня после рекомендаций.

При этом ответственные лица компании настаивали на безопасности выпускаемого шоколада. Ее специалисты заявляли журналистам, что без вреда здоровью можно съесть 60 стандартных батончиков, в то время как врачи утверждали, что нельзя быть уверенным в своей безопасности, даже однажды употребив зараженный продукт. Появление подобной дискуссии обострило взаимоотношения не только с потребителями знаменитого бренда, но и с разрешительными и контролирующими органами. Дело дошло до разбирательств в парламенте.

Однако, как оказалось позже, на этом беды «лучшего британского шоколада» не закончились. Продолжением черной полосы стал



**"Конкретно о строительстве"
№7-2008**

Строительство, ремонт,
материалы,
инструменты

**Каталог
"Как купить ..."**



**"Как купить ..."
№4-2008
АВТОМОБИЛЬ**

Реклама:

новый тревожный инцидент, происшедший через несколько месяцев после скандала с сальмонеллой. В феврале 2007 года компания вынуждена была снова отзывать свою продукцию из продажи, поскольку на нее забыли нанести маркировку, предупреждающую о присутствии в шоколаде орехов. Такая оплошность могла стоить жизни любителям сладкого, страдающим аллергией.

Не ждали?

Шаги, предпринятые топ-менеджментом Cadbury, кардинально отличались от тех, которые рекомендуются антикризисными специалистами. Вместо соблюдения железного правила — быть открытыми, честными и ответственными, компания, ставшая гордостью Великобритании, избрала закрытую позицию, при каждой возможности заявляя о своей невинности. Это подвергло Cadbury наиболее серьезным за всю свою долгую историю репутационным рискам. Появились многочисленные негативные публикации в британской прессе, возникла угроза массовых судебных разбирательств с покупателями, которые получили пищевые отравления.

На фоне многочисленных прогнозов о крахе знаменитой компании стало известно, что финансовые итоги ее деятельности в кризисном году оказались более чем оптимистичными. С одной стороны, согласно ежегодному отчету, отзыв зараженных продуктов из продажи обошелся Cadbury в 37 млн фунтов стерлингов (7 млн из которых компенсировали страховые компании). Появление неожиданных затрат также привело к переносу сроков реализации некоторых запланированных маркетинговых программ. В то же время финансовые результаты, несмотря на значительные угрозы, остались, как это ни странно, удовлетворительными. При общем падении спроса на шоколадную продукцию в 5,5% по итогам III квартала в 2006 году доходы Cadbury в Британии увеличились на 1% при общем росте в 4%. Уже в феврале 2007 года руководство компании заявило, что объем продаж продукции в Туманном Альбионе достиг уровня докризисного 2005 года.

Специалисты по репутационному менеджменту утверждают, что высокий уровень доверия среди потребителей, формировавшийся столетиями, позволил компании выйти сухой из воды. Это подтверждает и то, что в листинге уровня репутации Most Admired Companies в 2006 году разразившийся кризис стоил Cadbury третьей позиции в списке наиболее уважаемых компаний. Но даже снижение рейтинга на шесть пунктов едва ли можно считать трагическим исходом.

Генеральный директор Reputation Institute Чарльз Фомбрун говорит, что компания, обладающая в глазах потребителей позитивным репутационным капиталом, в значительно меньшей степени подвержена кризисным ситуациям и переживает их последствия в относительно легкой форме.

Отдельного внимания заслуживает выбранная Cadbury стратегия отрицания вины, которая грубо противоречит рекомендуемым антикризисным подходам. Бесспорным является тот факт, что необоснованные утверждения о своей невинности вызывают крайне негативную реакцию у потребителей. Впрочем, при этом часто забывают то обстоятельство, что признание вины делает более вероятным появление судебных исков пострадавших покупателей, уменьшает доверие со стороны деловых партнеров и

инвесторов. С большой степенью вероятности можно утверждать, что потребители предпочли бы политику признания вины, в то время как инвесторы не одобрили бы подобный шаг.

Шоколадные бароны Лидеры британского кондитерского рынка



Cadbury

Доля рынка: **30,84%**

Популярные бренды: Cadbury's Dairy Milk, Cadbury's Roses, Cadbury's Buttons



Nestle

Доля рынка: **19,72%**

Популярные бренды: KitKat, Aero, Smarties, Milky Bar, Rolo, After Eight, Dairy Box, Quality Street



Masterfoods

Доля рынка: **21,34%**

Популярные бренды: Galaxy, Mars, Snickers, Malteasers, Twix, Celebrations



Kraft

Доля рынка: **5,39%**

Популярные бренды: Terry's, Toblerone, Suchard