

Globalinės

ekonomikos

naujienos vis labiau

ir labiau teikia

optimistinių vilčių.

Įmonių pajamos

rodo teigiamas

tendencijas, todėl

akcijų rinkos

stiebiasi į viršų.

Obligacijos su

garantija “Star

Brands” suteikia

galimybę uždirbti

netiesiogiai

investuojant į

“Nordea” atrinktų

bendrovių akcijų

krepšelį, turint

kapitalo apsaugą.

## Obligacijos su garantija “Star Brands” Basic and Extra

**“Star Brands” Basic**  
Terminas apie 4 metus  
Nominalaus kapitalo apsauga  
10-ties bendrovių akcijų krepšelis  
Dalyvavimo koeficientas 60%  
Įsigijimo kaina svyruoja apie 100%

**“Star Brands” Extra**  
Terminas apie 4 metus  
Nominalaus kapitalo apsauga  
10-ties bendrovių akcijų krepšelis  
Dalyvavimo koeficientas 125%  
Įsigijimo kaina svyruoja apie 110%

Pasaulinė ekonomika rodo atsigavimo ženklus . Štai, pavyzdžiui, JAV nekilnojamo turto rinka, sukėlusį ekonominę krizę, šią vasarą pateikė pirmuosius atsigavimo ženklus. Tikimasi, kad pasaulinė ekonomika pradės augti 2009 antrąjį pusmetį.

Augantys finansinio pasitikėjimo rodikliai ir dažnai geresni nei tikėtasi bendrovių pranešimai šią vasarą pastūmėjo akcijų kainas į viršų. Iš kitos pusės, nepastovumas akcijų rinkoje dar tęsiasi, o išsūkiu pasaulio ekonomikai nesibaigė. Kol kas per anksti tiksliai prognozuoti ilgalaikes ekonomikos tendencijas, tačiau dabartinė padėtis leidžia tikėtis geresnių laikų.

Obligacijos su garantija “Star Brands” - tai sąnaudų požiūriu efektyvus būdas diversifikuotai investuoti į įmonių, atstovaujančių gerai pasaulyje žinomus prekinis ženklus, akcijas, turint pradinio kapitalo apsaugą. “Nordea” šiose bendrovėse išvelgia ilgalaikės gražos potencialą.

### Obligacijos su garantija “Star Brands Basic” ir “Extra”

Obligacijų su garantija “Star Brands” išleidėjas - Nordea Bank Finland. Investicijos trukmė - ketveri metai. Obligacijų graža priklausys nuo to, kaip seksis į akcijų krepšelį patenkančioms bendrovėms. Obligacijos su garantija turi dvi alternatyvas: “Basic” ir “Extra”. “Basic” obligacija labiau tinkama atsargiam investuotojui, o jos graža termino pabaigoje - 60% nuo susiejimo indekso prieaugio, skaičiuojant pagal emisijos sąlygas. “Extra” alternatyva tinka investuotojui, kuris toleruoja ribotą riziką ir siekia aukštesnės gražos. Gražą termino pabaigoje - 125% susiejimo indekso prieaugio, skaičiuojant pagal emisijos sąlygas.

Jei susieto akcijų krepšelio vertė sumažėja arba išlieka nepakitusi, palūkanos nėra mokamos. Susiejimo indekso (akcijų krepšelio) teigiamas pokytis - tai skirtumas tarp pradinės ir galutinės verčių. Pradinė vertė apskaičiuojama kaip mėnesinis vidurkis per pirmuosius 3 mėn, o galutinė vertė - kaip ketvirtinis vidurkis per paskutinius 2 metus.

Obligacijos “Star Brands” išpirkimo metu pradinė kapitalo vertė bus gražinta nepriklausomai nuo susiejimo indekso dinamikos. Investuotojas gali prarasti nebent investuotą lėšų dalį viršijančią pradinę investiciją, taip vadinamą kainą virš nominalo (pasirinkus “Extra” alternatyvą tai būtų apie 10%). Obligacijos gali būti parduotos antrinėje rinkoje - tokiu atveju kaina gali būti tiek žemesnė, tiek ir aukštesnė už nominalią. Antrinėje rinkoje obligacijas galima pirkti ir parduoti kiekvieną banko darbo dieną.

Investicijai priskiriama “Nordea” banko mokumo rizika. “Nordea” banko kredito reitingas yra Aa1 (Moody’s) arba AA- (Standard & Poor’s). Obligacijos neturi jokių užtikrinimo priemonių.

Produkto santrauka					
Terminas	Trumpas	Vidutinis		Ilgas	
Kapitalo apsauga	Pilna*	Dalinė**		Jokios	
Turto klasė	Palūkanų normos	Kreditas	Valiutos	Prekės	Akcijos

\* Basic versija \*\* Extra versija, rizikuojama apie 10% virš nominalo

### Susiejimo indeksas: "Star Brands"

Obligacijų "Star Brands" susiejimo indeksą sudaro dešimties tarptautinių įmonių akcijų krepšelis, padalintas lygiomis dalimis (po 1/10). Įmonės atstovauja pasaulyje gerai žinomus vardus ir kuriose "Nordea" analitikai įžvelgia ilgalaikės grąžos potencialą. Daugiau apie bendrovėbendroves ir "Nordea" analizes žr. 5–7 psl.

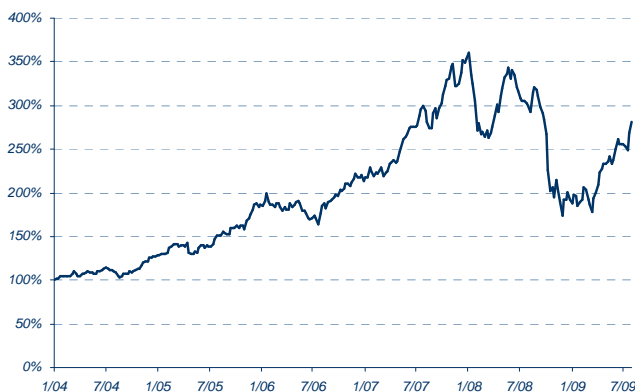
Svoris	Įmonė	Šalis	S&P žvaigždutės*
1/10	Adidas AG	Germany	4
1/10	Apple Inc.	USA	4
1/10	Bayer AG	Germany	4
1/10	BMW AG	Germany	5
1/10	Carlsberg A/S	Denmark	5
1/10	Coca-Cola Co.	USA	5
1/10	IBM Corp.	USA	5
1/10	LVMH S.A.	France	4
1/10	McDonald's Corp.	USA	5
1/10	Nestlé S.A.	Switzerland	5

1 = Stipripardavimo-rekomendacija, 5 = Stipripirkimo rekomendacija.

\* Standard & Poors rinkos reitingas Žvaigždutės (8/2009). Reitingas nuo 1 iki 5 žvaigždžių.

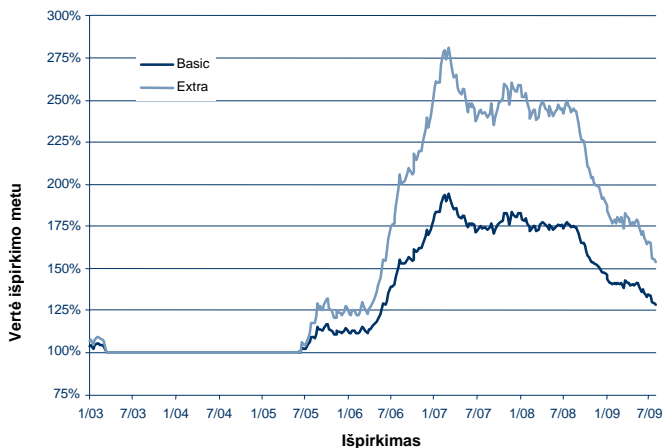
### Susiejimo indekso (akcijų krepšelio) dinamika, 2004 sausis –2009 rugpjūtis

Šaltinis: Bloomberg (Pradžios lygis - 100 procentų)



### Istorinė grąža –"Star Brands Basic" ir "Extra"

Grafikas vaizduoja istorinę grąžą, darant prielaidą, kad investuota tokiomis emisijos sąlygomis kaip ir šios obligacijos, tačiau nuo 1999 sausio iki 2005 liepos mėn. (investicija būtų išperkama 2003 sausį –2009 liepą). Šaltinis: Bloomberg.



	Vidutinė išpirkimo vertė	Vidutinė metinė grąža
Basic	132.9%	7.4%
Extra	163.3%	10.4%

Pateikti duomenys atspindi ankstesnius rezultatus ar vertes, ir jais remiantis negalima daryti patikimų prielaidų apie rezultatus ar vertes ateityje.

### Pajamingumo lentelė: obligacijos "Star Brands Basic" ir "Extra"

Susiejimo indekso pokytis	Star Brands Basic		Star Brands Extra	
	Išpirkimo vertė	Metinė grąža	Išpirkimo vertė	Metinė grąža
-50%	100%	0.0%	100%	-2.4%
-25%	100%	0.0%	100%	-2.4%
0%	100%	0.0%	100%	-2.4%
25%	115%	3.6%	131%	4.5%
50%	130%	6.8%	163%	10.2%
75%	145%	9.7%	194%	15.2%
100%	160%	12.5%	225%	19.6%

Emitentas	Nordea Bank Finland Plc, kredito reitingas Aa1 (Moody's ) ir AA-(Standard & Poor's).
Platinimo pradžia	2009 rugpjūčio 17
Išpirkimas	2013 rugsėjo 25
Įsigijimo laikotarpis	2009 rugpjūčio 17 –2009 rugsėjo 24
Įsigijimo vietos	Nordea Bank Finland Plc ir padaliniai Baltijos valstybėse.
Įsigijimo kaina	Basic 4292A: svyruojanti apie 100% Extra 4292B: svyruojanti apie 110%
Minimali suma	EUR 1,000
Pajamingumas termino pabaigoje	Basic 4292A: 60% nuo susiejimo indekso prieaugio pagal emisijos sąlygas. Extra 4292B: 125% nuo susiejimo indekso prieaugio pagal emisijos sąlygas.

Susiejimo indeksas

	<i>Imonė</i>	<i>Bloomberg</i>
1	Adidas AG	ADS GY
2	Apple Inc.	AAPL UQ
3	Bayer AG	BAY GY
4	BMW AG	BMW GY
5	Carlsberg A/S	CARLB DC
6	Coca-Cola Co.	KO UN
7	IBM Corp.	IBM UN
8	LVMH S.A.	MC FP
9	McDonald's Corp.	MCD UN
10	Nestlé S.A.	NESN VX

Pradinė vertė	Susiejimo indekso mėnesinių uždarymo verčių vidurkis nuo 2009 rugsėjo 29 iki 2009 gruodžio 29.
Galutinė vertė	Susiejimo indekso ketvirtinių uždarymo verčių vidurkis nuo 2011 rugsėjo 10 iki 2013 rugsėjo 10.
Nominalo grąžinimas	Emitentas Nordea Bank Finland Plc termino pabaigoje grąžins visą nominalią sumą nepriklausomai nuo susiejimo indekso dinamikos. Obligacijoms būdinga emitento finansinio pajėgumo rizika.
Užtikrinimo priemonės Struktūrizavimo kaštai	Obligacijos neturi jokių užtikrinimo priemonių. Struktūrizavimo kaštai siekia apie 0.7% ir yra įtraukti į įsigijimo kainą. Jokių papildomų įsigijimo ar valdymo mokesčių nėra.
Antrinė rinka	Nordea Bank Finland Plc pateiks obligacijų pirkimo kainas, kurios gali būti aukštesnės arba žemesnės už nominalią vertę.
Apmokestinimas	Suomijos Respublikos nerezidentams netaikomi mokesčiai prie pajamų šaltinio.
Saugojimas	Nordea Bank Finland Plc., nemokamai.
Emisijos atšaukimas	Emitentas turi teisę atšaukti emisiją dėl ekonominių sąlygų pasikeitimo, dėl menkos obligacijų paklausos ar kitų įvykių, galinčių sukelti grėsmę emisijai.
Listingas	Bus pateiktas prašymas įtraukti obligacijas į Helsinkio vertybinių popierių biržos sąrašus.

Nordea Bank AB (publ) ir Nordea Bank Finland Plc kreditiniai įsipareigojimai 4292A ir 4292B pagal vidutinės trukmės obligacijų programą (vidutinės trukmės obligacijų programa, apie kurią iš Švedijos pagal Prospektų direktyvą teikiamas pranešimas Suomijos finansų rinkų priežiūros institucijai), patvirtintą 2009 gegužės 29. Su konkrečiomis šių skolos vertybinių popierių emisijos sąlygomis galima susipažinti obligacijų įsigijimo vietose.

Nordea Markets yra Nordea Bank Norge ASA, Nordea Bank AB (publ), Nordea Bank Finland Plc and Nordea Bank Danmark A/S. Markets departamento pavadinimas.

Čia pateikta informacija yra tik bendro pobūdžio informacija ir skirta tik numatytajam naudotojui. Pateiktos nuomonės ir kita informacija atspindi dabartinį „Nordea Markets“ požiūrį ir ji gali būti pakeista be atskiro pranešimo. Šis pranešimas nėra išsamus apibūdinimo produkto arba su juo susijusios rizikos aprašymas, ir jis neturėtų pakeisti šios informacijos vartotojo priimamo sprendimo.

Čia pateikta informacija nepretenduoja būti ir nėra investavimo rekomendacija, taip pat ji nėra pasiūlymas arba prašymas pirkti ar parduoti bet kokią finansinę priemonę. Čia pateikiama informacija nesusijusi su specifiniais investavimo tikslais, finansine situacija ar ypatingais bet kurio gavėjo poreikiais. Prieš priimant bet kokią investicinę ar kreditavimosi sprendimą visuomet turėtumėte gauti specialų jums skirtą profesionalų patarimą. Svarbu pažymėti, kad praeities rezultatai nebūtinai garantuoja tokius pačius rezultatus ateityje.

„Nordea Markets“ nėra ir neturi ketinimų tapti konsultantu teisės, mokesčių, apskaitos arba reguliavimo klausimais nei vienoje jurisdikcijoje.

Šį dokumentą bet kokiais tikslais galima dauginyti, platinti arba skelbti tik gavus išankstinį raštišką „Nordea Markets“ sutikimą.

## **Geresni nei tikėtasi įmonių veiklos rezultatai – didelė dalimi dėl sąnaudų taupymo**

*Žiūrint į tarptautinę perspektyvą, antrojo ketvirčio bendrovių rezultatai rodo teigiamus ženklus. Daugumos įmonių pajamos viršijo prognozes, todėl atitinkamai reagavo ir akcijų rinka.*

Bendrai paėmus, antrojo ketvirčio bendrovių pajamos buvo santykinai vidutiniškos, o daugumos įmonių metinis veiklos pelnas netgi sumažėjo. Paguodžia tai, jog to ir buvo laukiama. Analitikai iki antrojo ketvirčio pradžios radikaliai sumažino savo prognozes, todėl lyginant rezultatus su prognozėmis, bendras vaizdas neatrodo toks prastas – situacija pasirodė geresnė, nei tikėtasi.

Pagrindinė geresnių nei tikėtasi rezultatų priežastis buvo ta, kad įmonės sėkmingai sumažino veiklos sąnaudas, ir tik nedaugelis imonių viršijo pardavimų lūkesčius, tačiau teigiamai galime vertinti tai, kad sąnaudos jau sumažintos, todėl vos tik pradės augti pardavimai, veiklos pelnas ims sparčiai didėti.

Vis dėlto, netgi ir teigiami pranešimai apie pajamas turėjo vieną bendrą bruožą: tolesnės įmonių veiklos prognozės išliko gana konservatyvios. Žinoma, būta ir tam tikrų šviesių momentų - kai, pvz., įmonės vadovybė paskelbdavo, kad dugnas ko gero jau pasiektas, tačiau žvelgiant bendrai, prognozės nebuvo labai konkrečios, nes rinkoje išlieka daug netikrumo.

Mes teigiamai vertiname faktą, kad rinkos teigiamai įvertino geresnius bendrovių rezultatus, net jeigu jie remiasi vien tik sąnaudų mažinimu, o ne pardavimų augimu. Būtent todėl mes optimistiškai nusiteikę dėl ateities. Žinoma, rizika, kad realios pajamos (ypač lyginant su pačių įmonių prognozėmis) nuvils lūkesčius ateityje, vis dar išlieka.

*Šaltinis: Nordea Equities, Suomija*

## Obligacijų “Star Brands” susiejimo indeksas

Obligacijų su garantija “Star Brands” susiejimo indeksas - tai dešimties įmonių akcijų krepšelis. Pateikiame išsamesnį krepšelį sudarančių įmonių akcijų vertinimą (šaltinis Nordea Equities Suomija).

### Adidas AG

“Adidas” - tai antra pagal dydį sportinių prekių gamintoja pasaulyje po “Nike”. Įmonė turi tris verslo padalinius, iš kurių “Adidas” ženklas - didžiausias ir kurio pardavimai sudaro daugiau nei 70% visų įmonės pardavimų. “Reebok” (įsigytas 2006) yra antras pagal dydį įmonės padalinys. Mažiausias bendrovės padalinys “TaylorMade” gamina golfo įrangą. “Reebok” buvo pirmaujanti moteriškos sportinės aprangos gamintoja 1990 metais, tačiau vėliau prarado populiarumą. “Adidas” bendrovės tikslas – vėl pateikti rinkai “Reebok” kaip pirmaujančią prekės ženklą. “Adidas” – rinkos lyderė daugelyje kylančių rinkų, kuriose ji generuoja beveik trečdalių visų grupės pardavimų. Manome, kad rinka pradės labiau vertinti “Reebok” potencialą ir tai kilstelės akcijų vertes arčiau konkurento “Nike”.

Šaltinis: Bloomberg. Pradžios lygis - 100 procent



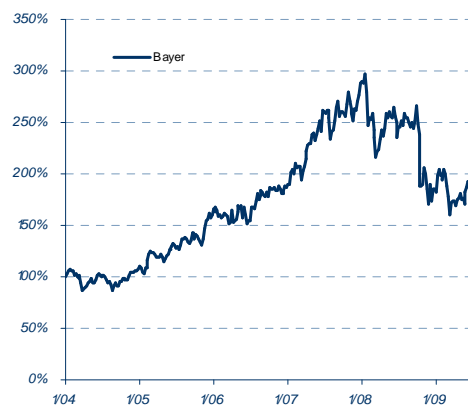
### Apple Inc

Technologijų bendrovė “Apple” geriausiai žinoma dėl iPod grotuvų (28% visų pardavimų), iPhone mobiliųjų telefonų (6%), iMac kompiuterių (44%) ir iTunes grotuvų (10%). “Apple” produktai buvo įvertinti už jų aukštos kokybės dizainą, funkcionalumą ir patogumą. Vienas iš bendrovės privalumų – novatoriškumas. Dauguma bendrovės produktų pirmąją prieš konkurentus. iPod populiarumas padidino bendrovės kompiuterių pardavimus, kas ženkliai prisidėjo prie bendrų grupės pardavimų. Prieš dvejus metus “Apple” pradėjo plėtoti mobiliuosius iPhone telefonus su prisilietimui jautriais ekranais, ir dabar įmonė užima didesnę nei 10% dalį šioje rinkoje. “Apple” akcijų vertė, lyginant su kitomis šio sektoriaus įmonėmis, yra aukšta, tačiau tai pateisinama, kadangi įmonė auga greičiau nei jos konkurentai ir turi tvirtą finansinį pagrindą.



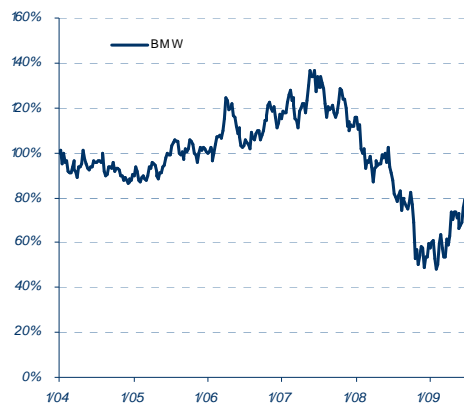
### Bayer AG

Chemijos ir farmacijos įmonė “Bayer” suskirstyta į tris padalinius: HealthCare (farmacijos), CropScience (augalų apsaugos ir žemės ūkio produktų) ir MaterialScience (plastmasės, sintetinės gumos ir poliuretano). HealthCare padalinį “Bayer” ženkliai sustiprino 2006 metais, įsigydama Schering AG. Per pastaruosius keletą metų, “Bayer” iš esmės buvo reorganizuota iš chemijos ir žaliavų į farmacijos kompaniją. Po “Schering” įsigijimo, “Bayer” HealthCare veiklos pelnas dažnai viršydavo prognozes, o pajamų dalis vis auga. Tai turėtų prilyginti “Bayer” akcijų vertę kitų farmacijos bendrovių akcijoms. Taigi, HealthCare padalinio perspektyva – daug žadanti. Kita vertus, MaterialScience padalinys gan cikliškas, nes gamina produktus automobilių rinkai ir kenčia dėl recesijos.



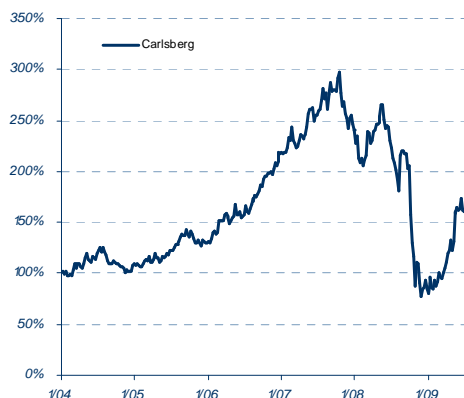
## BMW AG

BMW – pasaulyje pirmaujanti prabangių automobilių gamintoja. Ši bendrovė pristato gerai žinomus BMW, Mini ir Rolls-Royce vardus. Pagrindiniai grupės pardavimai sutelkti Europos ir JAV rinkose. Per ateinančius metus BMW išplės automobilių asortimentą, kas ženkliai turėtų pagerinti įmonės konkurencingumą. Pristačiusi naujus modelius, BMW turės gerą progą padidinti rinkos dalį ir pajamas. Šiuo metu automobilių rinkoje stebima tendencija didelius automobilius keisti mažesniais ir ekonomiškais. BMW labiau žinoma kaip prabangių automobilių gamintoja, tačiau mažų automobilių pardavimai jau sudaro daugiau nei 35% grupės pajamų. BMW akcijomis jau kuri laiką prekiaujama su 30–50% premija, lyginant su kitais automobilių sektoriaus dalyviais. Tokia akcijų vertė pateisinama atsižvelgiant į stiprią bendrovės finansinę padėtį, aplinkai nekenksmingą ir atnaujintą asortimentą bei palankias augimo perspektyvas.



## Carlsberg A/S

Carlsberg - ketvirta pagal dydį pasaulyje alaus darykla. Be alaus įmonė gamina gaiviuosius gėrimus ir vandenį buteliuose. Carlsberg per pastaruosius metus įrodė, kad alaus sektoriuje yra vieni iš lyderių. Ekonomikos nuosmukis Carlsberg pardavimus paveikė nestipriai, nes alaus pardavimai išlieka santykinai stabilūs. Carlsberg daugiausia dirba Šiaurės ir Vakarų Europoje bei Rusijoje. Augimo perspektyvos išvelgiamos ir Azijos rinkose. Lėtesnis alaus pardavimų augimas yra būdingesnis Europos rinkose, kai tuo tarpu Rusijos rinkoje augimo perspektyvos, nepaisant rizikos, yra daug žadančios. Carlsberg veiklos pajamos Rusijoje sudaro tik apie 30% visų pardavimų, bet pelningumu lenkia Europą. 2008 metų ketvirtą ketvirtį Carlsberg Rusijoje sėkmingai padidino rinkos dalį iki 38%.



## The Coca-Cola Co

Coca-Cola Co yra didžiausia pasaulyje gaiviųjų gėrimų gamintoja. Be Coca-Cola, grupės produktų asortimentą sudaro dar beveik 500 kitų gerai žinomų vardų. Bendrovės ilgalaikė strategija – stiprūs prekiniai ženklai, efektyvus transportavimo organizavimas ir stabili finansinė padėtis. Įsigijimai taip pat yra viena iš bendrovės strategijų. Geras pavyzdys - 2008 metais iš suomių įsigytas Hyvää Päivää vardas. Coca-Cola Co turi geras ateities perspektyvas. Įmonė puikiai pelnosi iš augančios negazuotų gėrimų paklausos, nes gali pasinaudoti plačiu mažmeninės prekybos tinklu visame pasaulyje. Be to, susilpnėjęs JAV doleris didina įmonės pajamas. Žvelgiant į bendrovės ateities perspektyvą ir analizuojant istorinius rezultatus, Coca-Cola akcijų vertė šiuo metu yra tikrai patraukli.



## IBM Corp

IBM - viena iš pirmaujančių IT paslaugų ir programinės įrangos tiekėjų. Jos didžiausias padalinys, Global IT Services, verslo klientams siūlo verslo, priežiūros ir konsultavimo paslaugas. Systems and Technology padalinys parduoda serverius ir duomenų saugojimo sprendimus. Software padalinys parduoda operacines sistemas ir duomenų bazių programinę įrangą. Programinė įranga tapo vienu iš svarbiausių IBM verslo sričių, todėl per paskutinius kelerius metus IBM įsigijo ne vieną šio sektoriaus įmonę. Ši strategija pasiteisino ir pakėlė įmonės pelno maržas. IBM koncentruojasi ir IT paslaugų sferoje, kadangi krizės metu daugelis įmonių, siekdamas sumažinti sąnaudas, labiau linkę nuomotis IT sprendimus. Global IT Services - padalinys, siūlantis paslaugas verslo klientams, neabejotinai bus vienas iš pagrindinių veiksmų, nulemsiančių IBM augimą ateityje. Įmonės veikla daug žadanti, o pelningumas, tikėtina, vis dar didės.



### LVMH - Moët Hennessy Louis Vuitton SA

LVMH yra pirmaujanti prabangos gaminių grupė. Įmonė turi daugiau nei 50 gerai pasaulyje žinomų vardų, vieni iš labiausiai žinomų - Louis Vuitton, Hennessy, Moët & Chandon ir Tag Heuer. Grupė veikia visame pasaulyje, o pardavimai pasklidę per visus kontinentus. Didžiąją dalį pajamų generuoja Fashion & Leather Goods (rūbai ir odos gaminiai) padalinys - jo pajamos 2008 sudarė 53% visų grupės pardavimų. Wine & Spirits (vynas ir alkoholis) padalinys sugeneruoja 29% apyvartos. Likusias grupės pajamas sudaro Perfumes & Cosmetics (kvepalų ir kosmetika) bei Watches & Jewelry (laikrodžiai ir aksesuarai) padaliniai. Bendrovės strategija – tęsti augimą sutelkiant dėmesį į pagrindinius prekinis ženklius. Pardavimų ir pelningumo augimo tikimasi iš naujų produktų kūrimo, prekybos tinklo plėtos, investicijų į reklamą ir kainų didinimo.



### McDonald's Corp

McDonald's - pasaulyje geriausiai žinomas greito maisto restoranų tinklas, kiekvieną dieną aptarnaujantis daugiau nei 58 mln. klientų 31 000 restoranų 118 šalių. Grupės veikla glaudžiai priklauso nuo verslumo - daugiau nei 75% McDonald's restoranų yra privati nuosavybė. McDonald's strategija – išlaikyti augimą kuriant naujus produktus ir investuojant į esamus restoranus, o ne plėčiantis ar mažinant kainas. Recesija sustiprino McDonald's tinklo pozicijas rinkoje, nes finansinio neužtikrintumo metu vartotojai linkę prabangius restoranus iškeisti į pigesnius greito maisto restoranus.



58 58

### Nestlé S.A.

Nestlé – tai pasaulyje pirmaujanti maisto pramonės įmonė. Ją sudaro tokie gerai žinomi vardai kaip NESCAFÉ, Nespresso ir KitKat. Pagrindiniai įmonės produktai – pieno ir ledų gaminiai bei gėrimai. Nestlé siekia natūralaus 5–6% metinio augimo. Iki šiol, įmonei pavykdavo pasiekti užsibrėžtus ambicingus tikslus, ir panašu, kad tikslus įvykdys ir šiais metais. Nestlé greitai sureagavo į sparčiai didėjančias žaliavų kainas ir sumažino sąnaudas. Stiprių prekinis ženklų ir plataus asortimento dėka Nestlé pavyko padidinti kainas išvengiant pardavimų kritimo. Žaliavų kainos, atrodo, jau pasiekė šio ciklo aukščiausią tašką, taigi tikėtina, kad Nestlé pelningumas gerės. Nestlé veikia taip pat būdingas labai palankus geografinis pasiskirstymas. Ji plačiai veikia Vakarų pasaulyje ir yra gan stipriai įsitvirtinusi besivystančiuose rinkose, pasižyminčiuose sparčiu turto augimu.

