

Comunicato stampa

NESTLÉ *NESPRESSO* VERSO UNA CRESCITA INARRESTABILE

La Società annuncia una ventata di innovazioni ed espansioni in tutta l'azienda. Obiettivo: due miliardi di franchi svizzeri entro il 2010

Egg/Zurigo, 7 marzo 2006. **Dopo la conferenza stampa annuale di Nestlé del 23 febbraio scorso, Gerhard Berssenbrügge, CEO Nestlé Nespresso, ha annunciato l'ambizioso piano aziendale che prevede il superamento di 1 miliardo di franchi svizzeri in ricavi entro la fine del 2006, con un anno di anticipo rispetto a quanto il CEO aveva previsto lo scorso anno. Per quanto riguarda i risultati a lungo termine, Berssenbrügge ha affermato che Nespresso è sulla giusta strada per raggiungere l'obiettivo dei 2 miliardi di franchi svizzeri entro il 2010.**

Nespresso, uno dei settori di maggior crescita del Gruppo Nestlé, ha ancora una volta prodotto risultati eccellenti, registrando una crescita del 36% per il 2005, incremento superiore al tasso annuale di crescita composto di Nestlé Nespresso - più del 30% negli ultimi 5 anni. Le vendite globali per il 2005 hanno totalizzato infatti 819 milioni di CHF (529 milioni di €).

Berssenbrügge ha evidenziato altri elementi chiave delle performance di *Nespresso*, che indicano che la Società continuerà ad avere una forte crescita in tutti i settori:

- 1,7 miliardi di capsule di caffè vendute in tutto il mondo nel 2005, pari ad incremento del 29% rispetto al 2004;
- 1 milione di macchine da caffè vendute nella distribuzione al dettaglio nel 2005, contro le 619.000 del 2004;
- 2,2 milioni i membri iscritti al Club Nespresso a livello mondiale nel 2005, rispetto a 1,6 milioni nel 2004;
- con una fetta del mercato pari al 16,6 % nel 2005, Nespresso è leader europeo nelle macchine da caffè espresso.

"Cominciamo il 2006 entrando nella *Fase IV del Piano di Crescita Sostenibile di Nespresso*. Sono convinto che abbiamo intrapreso la giusta strategia e abbiamo i prodotti adeguati per raggiungere ottimi risultati e fare sì che *Nespresso* diventi sempre più sinonimo ed icona di un caffè perfetto in tutto il mondo" ha affermato Berssenbrügge.



"La forza motrice che sta dietro all'impressionante crescita di *Nespresso è la costante ricerca della più alta qualità*, ciò che rende unico il marchio *Nespresso*" ha detto Berssenbrügge. "Non parliamo solo dell'unicità sul mercato della Trilogia *Nespresso*, con i suoi Grand Cru, le macchine da caffè dall'elegante design e gli esclusivi servizi personalizzati. *Nespresso* è andata oltre, affermando la qualità come elemento imprescindibile e in costante sviluppo in ogni processo".

In occasione della conferenza stampa internazionale della società, che si è svolta lo scorso 20 gennaio a Parigi, *Nespresso* ha annunciato innovazioni in ciascuna delle sue aree principali:

Le innovazioni delle macchine da caffè: forma e funzionalità

Nel 2006 *Nespresso* lancerà *Le Cube*: una macchina da caffè esteticamente squadrata, disponibile in quattro colori che sarà sugli scaffali europei a partire da settembre. *Le Cube* incarna il puro design minimalista "squadrato", pensato per gli amanti di un design essenziale. "Volevamo attrarre persone interessate all'estetica come designer e architetti" ha affermato Antoine Cahen, designer svizzero di *Nespresso*. "*Le Cube* ha una forte personalità, fa tendenza."

Nel 2005, le vendite della rivoluzionaria macchina da caffè *Essenza* hanno contribuito a porre *Nespresso* al vertice del mercato europeo delle macchine da caffè. Partendo da questo successo e dal crescente interesse dei consumatori, *Nespresso* ha presentato la macchina in quattro nuovi colori disponibili dalla prossima primavera. Tutti i modelli di macchine offrono la stessa eccezionale qualità *Nespresso*, a cui si aggiunge l'opportunità per i consumatori di seguire le nuove tendenze nel campo degli articoli per la casa, del lifestyle e della moda.

Piani di espansione globale per i servizi e le boutique *Nespresso*

Con due milioni di membri del Club e ottime prospettive di crescita per tutto il 2006 ed oltre, *Nespresso* ha annunciato un piano di sviluppo verso l'Asia e l'America Latina per il 2006. Secondo la sua strategia di espansione sul mercato, nuove boutique saranno aperte a San Paolo e Buenos Aires in America Latina, Hong Kong e Shanghai in Asia. Un'ulteriore espansione è prevista negli USA con l'apertura di nuove boutique a New York in aprile e a San Francisco in autunno. Il concetto insito nelle Boutique *Nespresso* si è rivelato un potente ed efficace strumento per l'Azienda, introducendo i consumatori più esigenti in un ambiente



unico, e aprendo nuovi mercati al sistema *Nespresso*. Saranno inoltre creati dei centri regionali per servire i bisogni specifici locali dei clienti B2C e B2B.

***Nespresso* Celebrity Campaign**

Come parte della strategia volta a creare un marchio globale ed arrivare allo status di icona nell'industria del caffè di qualità superiore, Berssenbrügge ha annunciato con entusiasmo la nuova prorompente strategia adv, con un testimonial d'eccezione: *Nespresso* ha, infatti, recentemente firmato un contratto con **George Clooney**, che sarà infatti il protagonista della prossima campagna pubblicitaria.

B2B coffee solutions

Nespresso Business Coffee Solutions ha presentato una nuova offerta per il mercato B2B che comprende cinque principali canali, tra i quali ristoranti, alberghi e caffetterie di alto livello; aziende di catering per eventi di prestigio; customer care e altri punti vendita di lusso; viaggi di prima classe; uffici. La strategia si basa su cinque capisaldi: un caffè di qualità superiore, servizi semplici, un nuovo approccio al canale e al luogo, sistemi di pagamento innovativi e macchine all'avanguardia.

A Parigi, la Società ha presentato in anteprima la sua nuova rivoluzionaria macchina da caffè *Nespresso* Gemini – che unisce alte prestazioni, facilità d'uso e design elegante e raffinato per produrre sempre un'eccellente tazzina di caffè. *Nespresso* Out-of-Home attualmente fornisce soluzioni per il caffè a clienti come SAS Radisson, Relais & Chateaux, Microsoft e Lexus.

Qualità sostenibile per caffè di alta qualità

Nespresso ha sempre utilizzato miscele provenienti solo dai migliori chicchi di caffè di tutto il mondo (il 10%-20% della produzione globale di caffè). Per salvaguardare future forniture di questi caffè di qualità, *Nespresso* ha annunciato la sottoscrizione di un rapporto formale con la Rainforest Alliance, che diventa così un partner importante del programma *Nespresso* per la qualità sostenibile: l'AAA Sustainable Quality Program. La Rainforest Alliance è un'importante ONG che lavora per proteggere gli ecosistemi, e le persone e gli animali che da questi dipendono. *Nespresso* collaborerà con l'organizzazione nei Paesi produttori di caffè di tutto il mondo, sviluppando pratiche commerciali che assicurino la sostenibilità economica, la corretta gestione ambientale e la giustizia sociale. Il 20% del caffè acquistato da *Nespresso* proviene dal Programma di Qualità Sostenibile e il Grand Cru Volluto



è prodotto al 100% con questi caffè. Entro la fine del 2006, *Nespresso* prevede di acquistare il 50% del caffè dal Programma di Qualità Sostenibile.

Nestlé Nespresso SA

Nestlé Nespresso SA, una delle unità operative a più elevato tasso di crescita del Gruppo Nestlé, ha inventato l'esclusivo sistema Nespresso. Il concetto di Nespresso è basato sulla trilogia: le capsule di Grand Cru, ermeticamente sigillate e perfettamente porzionate, con un'ampia scelta di caffè di alta qualità; le eleganti macchine da caffè; e l'eccellente servizio personalizzato offerto dal Club Nespresso.

Le Nespresso Business Coffee Solutions forniscono un'ampia gamma di caffè in porzioni, macchine e servizi concepiti specificatamente per le esigenze di ristoranti, alberghi e caffè di alto livello; aziende di catering per eventi di alto livello; customer care e altri punti vendita di lusso; viaggi da prima classe; e uffici.

Nestlé Nespresso S.A., con sede a Paudex, Svizzera, conta attualmente un personale di oltre 1'400 dipendenti, vende i propri prodotti in oltre 35 Paesi direttamente alla clientela e vanta oltre 40 prestigiose boutique dislocate in città chiave di tutto il mondo. Nestlé Nespresso SA è un'azienda leader nel settore del caffè porzionato di prima qualità ed ha avuto una crescita media del 30 per cento negli ultimi cinque anni. Il fatturato del 2005 ha raggiunto gli 819 milioni di CHF (529 milioni di €).

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Ufficio stampa: Edith Weibel Public Relations, Zelgmatt 69, 8132 Egg/Zurigo, Tel.: 044-986 10 20, Fax: 044-986 10 21, e-mail: info@weibelpr.com
Nestlé Nespresso S.A., Marché Suisse, Chemin Messidor 5, 1006 Lausanne, Tel.: 021-796 98 98, Fax: 021-796 98 07