



Communiqué de presse

NESTLÉ NESPRESSO : VERS UNE CROISSANCE IMPRESSIONNANTE **La société annonce une vague d'innovations et d'expansion de ses activités et table sur un chiffre d'affaires de deux milliards de Francs Suisses en 2010**

Egg/Zurich, le 7 mars 2006. **Suite à la conférence de presse annuelle de Nestlé le 23 février dernier, Gerhard Berssenbrügge, CEO de Nestlé Nespresso SA, a également annoncé les ambitions de Nespresso, qui prévoit de dépasser le cap du milliard de francs suisses (CHF) fin 2006, avec une année d'avance par rapport à ce qu'il avait annoncé il y a tout juste un an. A plus long terme, Gerhard Berssenbrügge a annoncé que Nespresso était en bonne voie pour franchir le cap de deux milliards de Francs suisses de chiffre d'affaires en 2010.**

Nespresso, l'une des filiales du groupe Nestlé qui enregistre la croissance la plus rapide, a une nouvelle fois présenté des résultats en forte augmentation, avec une croissance de 36 % en 2005, soit un taux supérieur aux 30% enregistrés en moyenne sur les cinq années précédentes par *Nespresso*. Les ventes mondiales en 2005 se sont élevées à 819 millions de Francs suisses.

Gerhard Berssenbrügge a également rendu publics d'autres indices clés de performance de *Nespresso* qui montrent que la société continuera à afficher une croissance forte dans tous ses domaines d'activité :

- le nombre de capsules de café vendues dans le monde en 2005 a été de 1,7 milliard, soit une hausse de 29 % par rapport à 2004 ;
- le nombre de machines à café vendues dans le commerce de détail en 2005 s'est élevé à un million, contre 619'000 en 2004 ;
- le nombre de membres du Club dans le monde est passé de 1,6 million en 2004 à 2,2 millions en 2005
- avec une part de marché de 16,6 % en 2005, *Nespresso* est le leader européen du marché des machines à espresso.

"Au moment où nous lançons la *Phase IV* du *Plan de croissance durable Nespresso*, je suis confiant en ce début d'année 2006 car nous disposons de la bonne stratégie et de la gamme idéale de produits pour continuer à enregistrer des excellents résultats et à imposer *Nespresso* comme l'icône du café parfait dans le monde", a déclaré Gerhard Berssenbrügge.

"La recherche d'une qualité optimale, véritable marque de fabrique de *Nespresso*, est la pierre angulaire qui explique la croissance impressionnante de l'entreprise" a poursuivi Gerhard Berssenbrügge. Non seulement notre offre, – La "Trilogie *Nespresso*" – associant des cafés Grand Cru, des machines à café performantes et des services personnalisés est unique sur le marché du café, mais nous allons également plus loin en plaçant la qualité au cœur de tous les procédés de fabrication et en veillant à ce que cette qualité soit irréprochable."

Lors de la conférence de presse internationale de la société, qui s'est tenue le 20 janvier à Paris, *Nespresso* a également annoncé une série de nouvelles initiatives destinées à pérenniser la progression de l'entreprise et poursuivre sa politique d'innovation dans chacun de ses domaines d'expertise (machines, cafés, services).

Nouvelles machines – l'alliance de la fonction et du style

La grande nouveauté 2006 en matière de machines *Nespresso* est *Le Cube*. Avec ses lignes inédites, *Le Cube* sera disponible en quatre couleurs au mois de septembre prochain. Avec sa forme "cubique", pure et minimaliste, cette machine attirera certainement tous les aficionados du design.

"Nous souhaitons séduire les amateurs d'espresso qui s'intéressent à l'esthétique et au design, comme les designers eux-mêmes, les architectes...", explique Antoine Cahen, designer lausannois chez *Nespresso*. "*Le Cube* de *Nespresso* a une identité forte. Véritable initiateur de tendances, il fera date dans l'histoire du design."

En 2005, les ventes de la révolutionnaire machine compacte *Nespresso* ont contribué à faire de *Nespresso* le leader européen des machines à espresso. S'appuyant sur cette réussite et sur l'intérêt croissant des consommateurs pour ces machines, *Nespresso* a dévoilé ses quatre nouvelles couleurs tendance qui sortiront au printemps (Lemon Zest, Retro Blue, Spicy Orange et Fizzy Fuchsia). Tous les modèles de machines procurent la même qualité *Nespresso* et offrent aux consommateurs une réponse astucieuse aux tendances changeantes en matière d'équipements ménagers, de style de vie et de mode.

Des projets d'expansion mondiale ambitieux en matière de services et d'ouvertures de boutiques *Nespresso*

Avec plus de deux millions de membres du Club à ce jour et de fortes perspectives de croissance pour 2006 et au-delà, *Nespresso* a annoncé d'ambitieux projets d'implantation en Asie et en Amérique latine pour 2006. Dans le cadre de son expansion, *Nespresso* ouvrira de nouvelles boutiques dans plusieurs grandes villes de ces régions : Amérique latine (Sao Paulo,

Buenos Aires), Asie (Hong-Kong, Shanghai). Cette expansion s'étendra également aux États-Unis, avec l'ouverture prévue de nouvelles boutiques à New York en avril et San Francisco au quatrième trimestre. La boutique *Nespresso* se révèle être une vitrine extrêmement puissante pour l'entreprise car elle permet à des consommateurs exigeants de se familiariser à l'univers unique de *Nespresso* et de présenter la trilogie *Nespresso* sur de nouveaux marchés. Dans le cadre de ce plan, des plates-formes régionales seront également créées pour mieux répondre aux besoins locaux spécifiques des clients grand public et professionnels.

Une campagne hollywoodienne pour *Nespresso*

Dans le cadre de sa stratégie visant à continuer à imposer *Nespresso* comme une marque mondiale et à renforcer son statut d'icône du café haut de gamme, Gerhard Berssenbrügge a annoncé que *Nespresso* avait récemment signé un contrat avec George Clooney, qui apparaîtra dans sa future campagne publicitaire.

Les solutions café pour les entreprises

La division *Nespresso Business Coffee Solutions* a présenté une nouvelle solution café pour le marché des professionnels, qui cible principalement cinq segments de clients : les restaurants, hôtels et cafés haut de gamme ; les traiteurs de prestige ; les boutiques de luxe ; les premières classes et les classes affaires des compagnies aériennes ainsi que les bureaux. La stratégie de cette offre est fondée sur cinq piliers : un café de qualité irréprochable, des services d'exception, une approche par segment du marché, des systèmes de paiement novateurs et des machines à la pointe de la technologie.

À Paris, l'entreprise a également dévoilé sa nouvelle gamme de machines révolutionnaires *Nespresso Gemini* — qui combinent performance, grande simplicité d'emploi pour offrir un café d'exception tasse après tasse. *Nespresso Business Coffee Solutions* compte déjà parmi ses clients SAS Radisson, Relais & Châteaux, Microsoft et Lexus.

***Nespresso* renforce son engagement en faveur du développement durable pour un café de haute qualité**

Nespresso a toujours choisi son café parmi les 10 à 20 % des meilleurs cafés gourmets ou spéciaux disponibles dans le monde. Soucieux de garantir ses futurs approvisionnements en cafés de grande qualité mais aussi parallèlement de soutenir les producteurs d'un café de si haute qualité, *Nespresso* a annoncé son partenariat avec Rainforest Alliance dont elle a fait le garant de son programme *Nespresso AAA* pour une Qualité Durable. Rainforest Alliance, une ONG majeure, a pour mission de protéger les écosystèmes ainsi que les populations et la faune qui en dépendent. *Nespresso* collabore avec l'organisation dans les pays producteurs de café

du monde entier, afin de veiller sur le terrain à la mise en œuvre de pratiques destinées à assurer la viabilité économique, la gestion de l'environnement et l'équité sociale. 20% du café acheté par *Nespresso* proviennent d'ores et déjà du programme AAA pour une Qualité Durable et le Grand Cru Volluto est fabriqué à 100 % à partir de tels cafés. Fin 2006, 50 % du café acheté par *Nespresso* proviendra du programme AAA pour une Qualité Durable.

A propos de Nestlé Nespresso S.A.

Nestlé Nespresso S.A., l'une des entités opérationnelles du groupe Nestlé qui enregistre la croissance la plus rapide, a créé le système exclusif *Nespresso*. Au cœur du concept *Nespresso* figure la trilogie : des capsules hermétiques et idéalement dosées renfermant un vaste choix de Grands Crus de café de haute qualité ; des machines au design élégant ; et le Club *Nespresso* offrant des services personnalisés sans comparables.

Nespresso Business Coffee Solutions propose également une gamme de cafés, de machines et de services spécialement adaptés aux besoins des hôtels, restaurants et traiteurs de prestige, des boutiques de luxe, des compagnies aériennes ainsi que des bureaux.

Nestlé Nespresso S.A., dont le siège se trouve à Paudex, en Suisse compte plus de 1'400 employés, commercialise directement ses produits auprès de ses consommateurs dans plus de 35 pays et gère plus de 40 prestigieuses boutiques situées dans les plus grandes villes du monde entier. Nestlé Nespresso SA est le leader du café portionné haut de gamme et a enregistré une croissance moyenne cumulée supérieure à 30 % au cours des cinq dernières années. Son chiffre d'affaires a atteint 819 millions de CHF en 2005.

Pour plus d'information, visitez les sites www.nespresso.com et www.nespressopro.com.

Pour de plus amples informations, veuillez vous adresser à :

Service de presse: Edith Weibel Public Relations, Zelgmatt 69, 8132 Egg/Zurich
Tél.: 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
Tél.: 021-796 98 98, fax: 021-796 98 07