



NESPRESSO.



www.nespresso.pt

Nespresso é o ícone mundial do café perfeito. O sistema Nespresso combina uma cápsula individual contendo café das melhores origens, máquinas inovadoras dotadas de uma tecnologia de extracção exclusiva e um Clube com uma oferta completa de serviços. Degustar um café Nespresso é sempre uma experiência única, um momento de puro prazer.

Produtos e Valores da Marca

A filosofia Nespresso assenta numa trilogia perfeita – os cafés de qualidade Inigualável, as máquinas de tecnologia e design avançadas e um serviço personalizado – que permite oferecer um café absolutamente sublime. Café de qualidade superior: A Nespresso prepara um café excepcional com um creme aveludado, do qual emanam os aromas e os sabores mais delicados. Cada mistura de café "Premium" é colhida à mão e hermeticamente selada numa cápsula Individual, culminando num processo de controlo de qualidade rigoroso. Máquinas elegantes e inteligentes: Distintas no design e na funcionalidade, as máquinas de café Nespresso são ímpares no mercado. Cada uma delas foi especialmente concebida para proporcionar, a cada extracção, a mesma qualidade excepcional – chávina após chávina. Serviço personalizado: Para assegurar a

qualidade do café desde a colheita até à chávina, a Nespresso criou o Clube Nespresso com um serviço personalizado para os seus membros. Os Especialistas em café da Nespresso são irrepreensíveis, assegurando a excelência do serviço e têm a missão de proporcionar aos seus membros o aconselhamento sobre as variedades, informação sobre as origens do café e acessórios disponíveis, apoio e manutenção da máquina, 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Inovação e Comunicação

A marca Nespresso é um estilo de vida e cada novo membro é convidado a embarcar numa experiência de degustação inesquecível. Esta é reconhecida como o ícone do café perfeito em todo o mundo uma vez que está directamente ligada às emoções e tem desenvolvido uma relação personalizada com os seus membros.

Sendo este o elemento diferenciador da marca, a Nespresso seguirá esta estratégia com o intuito de ser percebida como uma "lovetmark". Em 2007, com o desenvolvimento do sector "fora do lar" em Portugal, a Nespresso criou uma nova divisão de negócio, a Nespresso Business Solutions. Face à realidade de que 80% do consumo de café é feito fora de casa, a Nespresso aposta na presença de máquinas de café em escritórios, hotéis de alta categoria e restaurantes "gourmet". É quase inevitável falar em Nespresso e não pensar em George Clooney, o conceituado actor escolhido como embaixador da marca que transmite a essência Nespresso: elegância, sofisticação e perfeição. "What else?"

Mercado

Nespresso é líder de mercado e foi a 1ª marca a lançar o sistema de cápsulas em

Portugal. O sucesso está intimamente ligado à coerência da sua estratégia de mercado, bem como à receptividade a este conceito por parte do consumidor de café português. Estes são "enólogos" de café e reconhecem a qualidade suprema da Nespresso.

Vantagens Competitivas e Desenvolvimentos Futuros

Pelo seu desenvolvimento e gestão do Programa AAA para a Qualidade Sustentável™, a Nespresso recebeu a medalha "Leadership Medal of Merit Award" do Instituto da Qualidade do Café (CQI). E com o prémio Corporate Green Globe Award, a Rainforest Alliance honrou o extraordinário compromisso da Nespresso para com o progresso da sustentabilidade. Sendo sinónimo de qualidade, a Nespresso lançou em 2003 o Programa AAA para a Qualidade Sustentável™ com o objectivo de proporcionar aos seus membros um café de mais elevada qualidade, implementando medidas abrangentes nas raízes da cultura do café. Juntamente com a Rainforest Alliance, uma organização internacional de conservação com fins não lucrativos e líder no desenvolvimento de práticas sustentáveis, a Nespresso preparou um catálogo de medidas cujos objectivos têm sido os de "... não só melhorar a qualidade da cultura do café como, simultaneamente, contribuir em grande escala para a conservação da natureza e para a melhoria das condições sociais e económicas dos produtores de café", explica Tensie Whelan, directora executiva da Rainforest Alliance. Os números falam por si. Após quatro anos, o Programa AAA está em conformidade com mais de trinta por cento dos requisitos anuais da Nespresso para o café verde – cerca de 90.000 sacos de 60 quilos. Obviamente, uma empresa como a Nespresso só pode considerar estes dados como um incentivo a prosseguir com os seus esforços. "O nosso objectivo é atingir os cinquenta por cento – ou seja, 300.000 sacos por ano – até 2010", afirmou Gerhard Berssenbrügge (antigo director executivo da Nespresso e iniciador do programa) – um objectivo tão ambicioso como realista, como provam os recentes desenvolvimentos. Momentos raros de degustação requerem o compromisso da Nespresso de lançar todos



os anos duas variedades de café: Edições Limitadas. Assim, a marca foi a primeira a refinar o paladar dos portugueses com um café da terra do chá - Yunnan, o café

Factos que desconhece

Os grãos de café utilizados pela Nespresso na criação dos mais finos Grãos Crus, não são fáceis de obter e estão entre os mais raros grãos do mundo, possuindo características notáveis dos cafés "gourmet". De facto, apenas um por cento do café mundial responde aos requisitos da Nespresso.

A dedicação da Nespresso à excelência do design já lhe valeu inúmeros prémios internacionais para as suas máquinas, incluindo os prémios "Red Dot: Best of the Best" e "Good design".

A Nespresso utiliza noventa e cinco por cento de café Arábica e apenas cinco por cento de Robusta.

Os descafeinados da Nespresso são submetidos a um processo de descafeinação por água, método absolutamente natural.

A Nespresso garante para cada mistura verificações constantes e rigorosas por parte dos seus peritos nas diferentes etapas de produção.

As máquinas de café Nespresso encontram-se equipadas com um sistema de extracção tecnologicamente avançado e patenteado, que controla de forma precisa os elementos inerentes à preparação de um café perfeito sempre e a qualquer momento.

chínês - e recentemente, oriundo da Costa Malabar, um café indiano caracterizado por um carácter apimentado com notas de especiarias – Jalayatra. As Boutiques da marca assumem-se como uma montra exclusiva de todos os produtos Nespresso. Com duas Boutiques, em Lisboa e no Porto, a marca apresenta os portugueses, para já, com dois espaços envoltos em luxo e requinte.



1970

O departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da Nestlé inventa a cápsula contendo o café acabado de moer e o respectivo processo de extracção a alta pressão.

1996

A Nestlé Nespresso S.A. celebra 10 anos de sucesso: com 3.600 pontos de venda parcelos e 180.000 membros do clube a nível mundial. O sistema é também lançado no Reino Unido, Malásia, Singapura e Taiwan.

2003

A Nespresso entra no mercado português.

2007

A Nespresso actualmente opera mais de 117 prestigiosas Boutiques, em importantes cidades de todo o mundo.

