

Nespresso, o ícone mundial do café perfeito. Para os verdadeiros amantes e apreciadores de café, um café perfeito não é apenas uma chávena de prazer, mas sim, um estilo de vida. A Nespresso, compromete-se em proporcionar a experiência máxima em café. A devoção pela excelência colocou a Nespresso na posição de pioneira e líder mundial de café gourmet em cápsulas individuais.

Valores da Marca

O conceito Nespresso assenta em 3 pilares, combinando cafés da mais elevada qualidade mundial, com modernas e sofisticadas máquinas de café, e serviços personalizados e exclusivos concebidos para proporcionarem momentos de puro prazer. Os cafés Nespresso são alguns dos mais raros cafés gourmet do mundo e representam apenas um por cento da produção total. As colheitas do café Nespresso são efectuadas manualmente, grão a grão garantindo uma colheita homogénea do café. A marca privilegia os cafés lavados e secos ao sol, uma vez que são estes processos mais complexos e onerosos que garantem a qualidade perfeita do café. Posteriormente, a torrefacção segue estritamente a fórmula de um processo de mistura desenvolvido pela Nespresso e em cujos detalhes jaz o segredo da arte suprema da produção de café. O processo culmina na cápsula de café hermeticamente selada e fechada e estanke especialmente concebida para conservar a proporção exacta de café no seu interior.

As Máquinas Nespresso são objectos de culto e design. Cada máquina está equipada com o sistema de extracção patenteado, para uma captação perfeita do café a uma pressão óptima. A bomba de alta pressão de 19 bar garante a revelação integral do vasto leque de aromas e de toda a riqueza de sabor dos Grands Crus Nespresso. Com o intuito de criar uma relação privilegiada com o consumidor e proporcionar um serviço de excelência, a marca criou o Clube Nespresso. Este assegura entre outros, a entrega dos Grands Crus em menos de 48 horas, no local escolhido. O serviço pós-venda proporciona o aconselhamento sobre as variedades, informação sobre as origens do café e acessórios disponíveis, apoio

e manutenção da máquina.

De forma a estar sempre próximo dos seus consumidores, as Boutiques da marca assumem-se como uma montra exclusiva de todos os produtos Nespresso. Cada Boutique personifica uma viagem de descoberta para apreciadores de café em que os Especialistas Nespresso ajudam o cliente a degustar e seleccionar o seu Grand Cru favorito. Com três Boutiques, em Lisboa e no Porto, a marca apresenta os portugueses, para já, com três espaços envoltos em luxo e requinte.

Produtos e Desenvolvimentos Futuros

A Nespresso alargou em 2009 a sua gama de 12 para 16 variedades de café. Apresenta assim, pela primeira vez, 3 Espresso Pure Origin a par de um novo Lungo.

Com o intuito de responder ainda melhor a todos os desejos do consumidor, em 2009 a marca volta a surpreender com o lançamento da nova geração de máquinas - Citiz.

Esta nova gama é dotada de um design industrial e um formato esguio, que reflecte o



Citiz



novos espíritos urbanos, inspirando-se nas grandes metrópoles do mundo. A Nespresso compromete-se com a reciclagem, sendo as suas cápsulas de café 100% recicláveis. O Alumínio cria uma barreira impermeável à luz, aos raios ultravioletas, ao vapor de água, a substâncias gordurosas, ao oxigénio e a microorganismos. É higiénico, não é tóxico e não afecta o sabor do produto. Desta forma, é o melhor material para conservar produtos alimentares e garantir a mais alta qualidade. Por outro lado, é um material leve, permitindo reduzir a utilização de matérias-primas e recursos energéticos, bem como reduzir o impacto ambiental relacionado com o transporte. Portugal está a criar um sistema próprio, que permite a reciclagem das cápsulas. Actualmente, as Boutiques disponibilizam aos seus clientes pontos de recolha e progressivamente, serão instalados mais pontos de recolha em todo o país.

Mercado

Nespresso é líder de mercado e foi a 1ª marca a lançar o sistema de cápsulas em Portugal. O seu sucesso está intimamente relacionado com a coerência da sua estratégia de mercado e com a receptividade por parte do consumidor de café português a este conceito. Estes são "enólogos" de café e reconhecem a qualidade suprema da Nespresso. Os membros do Clube Nespresso são os melhores embaixadores da marca.

Comunicação

A Nespresso conta com George Clooney para embaixador da marca. Actor consagrado, aclamado realizador e escritor. É um homem com classe, mas também

tem paixão e dedicação, personificando os valores da marca.

Vantagens Competitivas

Os cafés Nespresso estão entre os mais raros grãos do mundo e possuem as características notáveis dos cafés gourmet. Com uma gama de 16 variedades de café, é a única marca que proporciona uma experiência sensorial completa destinada a agradar e satisfazer todos os palatos. As máquinas de café Nespresso são ímpares no mercado com mais de 30 modelos para o segmento lar e fora-do-lar, atendendo a todos os desejos do consumidor, e que permitem fazer múltiplas receitas à base de leite. O serviço pós-venda da Nespresso é irrepreensível, dotado de um leque vasto de serviços que inclui uma máquina de substituição em caso de avaria e entrega das cápsulas em menos de 48 horas. Adicionalmente, a marca garante a reciclagem efectiva das suas cápsulas, compostas por alumínio que é 100% reciclável.

A marca comprometeu-se sempre em proporcionar aos membros do seu Clube café de mais elevada qualidade. Com o Programa Nespresso AAA Sustainable Quality™ a Nespresso levou este compromisso até novos níveis. O objectivo é garantir uma combinação única de qualidade e sustentabilidade (criando valor económico, social e ambiental) no cultivo do café. A Nespresso desenvolveu o Programa AAA em colaboração com peritos da Nestlé em agricultura sustentável, fornecedores-chave e com a Rainforest Alliance, uma ONG (organização não governamental) líder no desenvolvimento de práticas sustentáveis. O intuito é garantir que os agricultores que fornecem o café sejam recompensados pela excelência das suas colheitas.

Factos que desconhece

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".

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

A Nespresso apresenta anualmente cafés de origens raras. Assim, a juntar à gama de dezasseis Grands Crus, a Nespresso propõe, duas vezes por ano, variedades em edição limitada (Limited Edition e Special Club).



2003

Nespresso entra no mercado português.

2007

Lançamento em Portugal da Nespresso Business Solutions.

2008

Lançamento da máquina Lattissima que prepara o espresso ou o lungo perfeito e tem a função espuma de leite fresco. Início da reciclagem das cápsulas da Nespresso em Portugal.

2009

A Nespresso alargou a sua gama de variedades de 12 para 16 Grands Crus e lançou, pela primeira vez, uma gama de 8 máquinas denominada Citiz.

