

# NESPRESSO: DE L'IDÉE SIMPLE À L'EXPÉRIENCE UNIQUE DE MARQUE

© Nestlé Nespresso SA, Corporate Communications, Avril 2015



## HISTORIQUE DES GRANDS CRUS NESPRESSO - GAMME CLASSIQUE

- 1986 Capriccio
- 1986 Così
- 1986 Decaffeinato
- 1986 Bolero (désormais *Volluto*)
- 1991 Roma
- 1993 Toscana (désormais *Arpeggio*)
- 1995 Livanto
- 1997 Ristretto
- 2000 Decaffeinato Intenso
- 2004 Vivalto Lungo
- 2004 Finezzo Lungo
- 2004 Decaffeinato Lungo
- 2009 Dulçao do Brasil
- 2009 Rosabaya de Colombia
- 2009 Indriya from India
- 2009 Fortissio Lungo
- 2013 Linizio Lungo
- 2013 Ciocattino Variations
- 2013 Vanilio Variations
- 2013 Caramelito Variations
- 2013 Kazaar
- 2013 Dharkan
- 2014 Bukeela ka Ethiopia
- 2015 Arpeggio Decaffeinato
- 2015 Vivalto Lungo Decaffeinato
- 2015 Volluto Decaffeinato

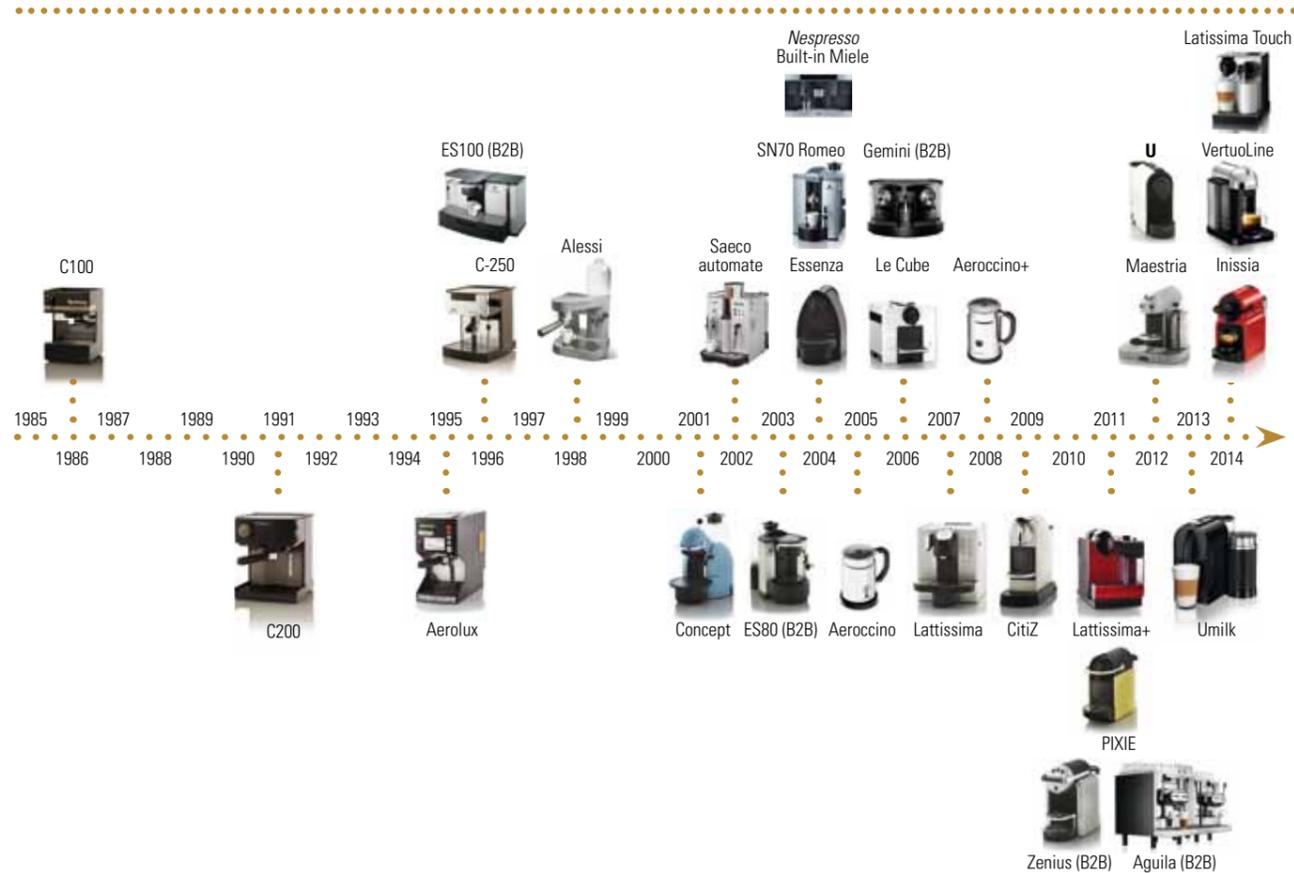
## HISTORIQUE DES GRANDS CRUS NESPRESSO - PROFESSIONAL

- 1996 Caffepresso n°1 (désormais Ristretto)
- 1996 Caffepresso n°2 (désormais Lungo Forte)
- 1996 Caffepresso n°4 (désormais Espresso Forte)
- 1996 Caffepresso n°6 (désormais Espresso Leggero)
- 1996 Decaffeinato (désormais Espresso Decaffeinato)
- 2003 Caffè Leggero (désormais Lungo Leggero)
- 2008 Lungo Decaffeinato
- 2009 Ristretto Origin India
- 2014 Ristretto Intenso
- 2015 Espresso Origin Brazil
- 2015 Lungo Origin Guatemala

## HISTORIQUE DES GRANDS CRUS NESPRESSO - VERTUOLINE

- 2014 Stormio
- 2014 Odacio
- 2014 Melozio
- 2014 Elvazio
- 2014 Hazelino
- 2014 Vanizio
- 2014 Decaffeinato
- 2014 Half caffeinato
- 2014 Diavolitto
- 2014 Altissio
- 2014 Voltesso
- 2014 Decaffeinato intenso
- 2015 Caramelizio

## HISTORIQUE DES MACHINES NESPRESSO



Pour plus d'informations sur Nespresso, rendez-vous sur notre site : [www.nestle-nespresso.com](http://www.nestle-nespresso.com)

L'histoire de Nespresso est marquée par une politique d'innovation continue

### L'HISTOIRE

Nespresso est née il y a 29 ans d'une idée simple mais révolutionnaire: permettre à chacun, à l'instar des baristas les plus expérimentés, de préparer un Espresso parfait. Depuis lors, le système Nespresso est sans cesse perfectionné et renouvelé. C'est ainsi que Nespresso a transformé la manière dont les millions d'amateurs de café dégustent leur café et a façonné la culture du café à travers le monde.

De pionnier à instigateur de tendances, Nespresso est devenue aujourd'hui la référence mondiale sur le marché du café portionné, animée par un seul et même objectif: offrir l'expérience d'un café d'exception, tasse après tasse. Si le café est au cœur de son activité, le plaisir des consommateurs est sa raison d'être. C'est sur cet engagement que l'entreprise a été créée et qu'elle construit sa formidable croissance depuis 29 ans.

L'histoire de Nespresso est celle d'une passion inaltérable pour la perfection et d'une quête inlassable d'innovation en faveur de la plus haute qualité. De sa gamme de Grands Crus de café au système Nespresso et de sa marque à son engagement constant en faveur du service et du développement durable, Nespresso ne cesse de réinventer l'expérience qu'ont les clients de ses cafés, à travers toutes les facettes de l'entreprise.

### QUATRE PHASES DE CROISSANCE ET D'INNOVATION

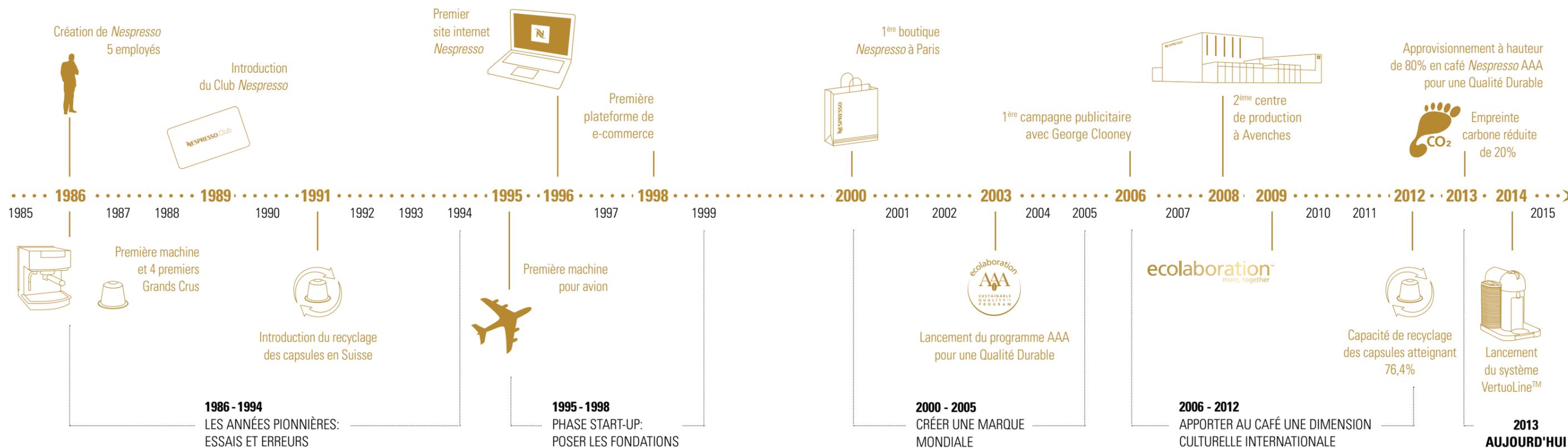
**1986 - 1994**  
**LES ANNÉES PIONNIÈRES: ESSAIS ET ERREURS**  
Société filiale à part entière de Nestlé SA, Nespresso commercialise ses premières machines et ses quatre premiers Grands Crus. Le modèle économique et le système Nespresso sont constamment affinés pour améliorer l'expérience café auprès des consommateurs. Avec le développement de Nespresso en Europe, une communauté se crée autour de la marque et connaît un essor croissant.

**1995-1999**  
**LA PHASE START-UP: POSER LES FONDATIONS**  
Innovation et investissements sont les deux moteurs de croissance garants de l'équilibre de Nespresso. Chaque année, de nouvelles machines innovantes sont lancées sur les marchés B2B (professionnels) et B2C (grand public). La collection de Grands Crus de café ne cesse de croître, tout comme la communauté des Membres du Club Nespresso. Nespresso repousse les limites en matière de service, en lançant le tout premier site d'e-commerce permettant de commander 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

**2000 - 2005**  
**CRÉER UNE MARQUE MONDIALE**  
L'expansion géographique de Nespresso se traduit par une accélération de la croissance de l'entreprise. Les machines Nespresso intègrent de nouveaux designs et fonctionnalités pour encore plus de praticité. D'autres Grands Crus viennent étoffer la gamme, dont la première Edition Limitée en 2001 surprenant les consommateurs par de nouvelles expériences gustatives. Avec l'ouverture à Paris en 2000 de sa première boutique Nespresso, c'est l'univers de la marque qui prend vie. Un concept qui s'étendra à l'international dans les années qui suivront. Parallèlement, l'entreprise déploie également à cette époque son programme durable d'approvisionnement en café de la plus haute qualité, une approche unique sur le marché.

**2006 - 2012**  
**APPORTER AU CAFÉ UNE DIMENSION CULTURELLE INTERNATIONALE**  
Le succès de Nespresso s'appuie sur sa volonté de créer des cafés de la plus haute qualité, sur les relations pérennes nouées avec les consommateurs, et sur une croissance durable. Les nouvelles machines se distinguent par leur caractère innovant, leur design et leur style incomparables. Côté café, Nespresso consolide son expertise, créant de nouveaux blend pour ravir les amateurs les plus exigeants. Le parrainage d'événements prestigieux, le choix d'un ambassadeur de renom et l'expansion du réseau de boutiques permettent d'asseoir la réputation de la marque à l'international. Enfin grâce au lancement d'Ecolaboration™, qui s'est notamment traduit par une réduction de son impact environnemental dans chacune de ses activités, Nespresso s'affirme comme le leader en matière de développement durable sur le marché du café.

**2013 - AUJOURD'HUI**  
**RENFORCER SA POSITION DE LEADER SUR LE MARCHÉ DU CAFÉ**  
Nespresso conforte sa position de référent sur le segment dynamique du café portionné. Les innovations en matière de café, machine et service renouvellent sans cesse l'expérience consommateur et sont sources de moments café extraordinaires. Nespresso renforce son expertise autour du lait. La marque accélère son développement en Amérique du Nord avec le lancement de VertuoLine, une machine révolutionnaire adaptée aux préférences locales pour des grands tasses de café. Nespresso consolide ses liens avec les plus grands chefs et sommeliers au monde et se positionne comme un partenaire de choix dans la gastronomie. L'entreprise affirme son ambition: devenir une marque de café de la plus haute qualité et durable grâce à Positive Cup, sa stratégie de développement durable.



**GENÈSE**

Dans les années 1970, une équipe de Recherche & Développement chez Nestlé commence à travailler sur un projet visant à redéfinir l'art de l'Espresso. Cette idée toute simple allait tout bouleverser: pouvoir réaliser chez soi comme à domicile des Espressos aussi parfaits que ceux servis dans les meilleurs cafés italiens.

- 1986** • Création de Nespresso SA, avec 5 salariés.
- L'offre est lancée sur 3 marchés tests : Suisse, Italie et Japon, en ciblant initialement le marché B2B.
- Le logo de Nespresso est créé.
- Les quatre premières variétés de Grands Crus sont introduites : *Capriccio*, *Cosi*, *Decaffeinato* et *Bolero* (qui s'appellera ensuite *Veneto* puis finalement *Voluto*)
- Les premières machines Nespresso sont commercialisées, avec un système manuel de porte-capsule qui rappelle le geste du barista.
- 1989** • Création du Club Nespresso, afin de proposer aux clients une gamme de services.
- 1991** • Lancement en Suisse du premier programme de recyclage des capsules Nespresso.
- Le système Nespresso est lancé sur le marché des particuliers en France et aux Etats-Unis.
- 1995** • Premiers résultats financiers à l'équilibre. Nespresso enregistre ses premiers bénéfices.
- Fabriquée par Aerolux, la première machine Nespresso embarquée équipe les premières classes des avions de la compagnie Swissair.
- 1996** • Le premier site internet Nespresso constitue une nouvelle plateforme de promotion de la marque, de son expertise café et de ses produits.

- 1998** • Changement de nom. L'entreprise devient Nestlé Nespresso SA.
- Une nouvelle version du site permet aux Membres du Club Nespresso de passer leurs commandes 24 heures du 24 et 7 jours sur 7.
- 1999** • Un nouveau système destiné au marché B2B est lancé afin d'offrir des solutions pratiques aux PME ainsi qu'aux hôtels et restaurants haut de gamme.
- 2000** • Inauguration de la première boutique Nespresso, un concept novateur installé rue Scribe à Paris.
- 2001** • Lancement de Concept, première machine opérant sans porte-capsule manuel qui était jusque-là le système standard des machines à café toutes marques. Cette innovation surprend par la simplicité du geste et la propreté à l'usage.
- Blue Batak from Sumatra est le premier café gourmet en édition limitée proposé au printemps.
- 2002** • Ouverture du premier centre de production Nespresso à Orbe, en Suisse.
- 2003** • Nespresso lance son programme AAA pour une Qualité Durable (AAA Sustainable Quality Program™), en collaboration avec Rainforest Alliance, afin de promouvoir la production durable d'un café de la plus haute qualité et d'améliorer les conditions de vie des caféiculteurs.
- Nespresso s'engage comme co-sponsor du Team Alinghi, le champion en titre de la 32<sup>ème</sup> America's Cup.
- 2004** • Lancement de la collection Lungo (à déguster en tasse de 110ml), accompagnée de recettes à base de lait et de café glacé. 12 Grands Crus Nespresso sont désormais proposés.
- Nespresso innove avec la nouvelle machine Essenza, autorisant le chargement de la capsule par le haut, qui va par la suite être appliqué à toutes machines.
- 2006** • La première campagne publicitaire avec George Clooney, choisi comme ambassadeur de la marque par les membres du Club Nespresso, est diffusée.

- 2007** • Inauguration de la boutique Nespresso sur les Champs Elysées, première boutique fleuron de la marque.
- Avec Latissima, Nespresso innove encore grâce à une technologie permettant de préparer des recettes de café à base de lait frais sur simple pression d'une touche.
- 2008** • Inauguration d'un nouveau centre de production et de distribution Nespresso à Avenches, en Suisse.
- 2009** • Nespresso lance sa plateforme Ecolaboration™, réunissant toutes les initiatives de l'entreprise en matière de développement durable sur toute la chaîne de valeur. Trois objectifs sont fixés à fin 2013: en matière d'approvisionnement en café, de collecte et recyclage des capsules usagées et de réduction de l'empreinte carbone.
- Trois cafés Pure Origine et deux Lungos viennent enrichir la collection permanente de Grands Crus Nespresso portant leur nombre à seize sur le segment B2C et huit sur le segment B2B.
- 2010** • Inauguration de la 200<sup>ème</sup> boutique Nespresso à Shanghai. On dénombre 215 boutiques en fin d'année avec notamment les ouvertures à Bruxelles, Miami, New York et Sydney. Ouverte en octobre, la boutique de Munich propose le Service Libre, un nouveau concept de commercialisation destiné à renouveler l'expérience personnelle de chaque client.
- 2011** • Lancement de PIXIE, la plus élégante et la plus petite machine Nespresso, affichant également les meilleures performances énergétiques à ce jour.
- 2012** • L'ouverture de la première boutique bar à San Francisco marque l'arrivée de Nespresso sur la côte ouest des Etats-Unis.
- Avec une capacité de recyclage des capsules usagées de 75%, Nespresso atteint son objectif un an plus tôt que prévu, et dépasse même l'objectif initial en affichant un taux de 76,4%.

- 2013** • Nespresso lance *Kazaar* et *Dharkan*, deux Grands Crus à l'intensité inégalée. La marque propose désormais 21 Grands Crus.
- Conformément à ses engagements, Nespresso s'approvisionne à hauteur de 80% en café issu de son programme AAA pour une Qualité Durable™ et réduit de 20% l'empreinte carbone d'une tasse de café Nespresso.
- Nespresso lance Nespresso Cube, un nouveau concept de boutique automatique qui préfigure une nouvelle façon d'acheter et de proposer des services toujours plus personnalisés.
- 2014** • Nespresso dévoile sa vision du développement durable à l'horizon 2020 dans son programme baptisé The Positive Cup. Il fixe des objectifs ambitieux en matière d'approvisionnement en café & de bien-être social des fermiers, de fourniture, d'utilisation et de valorisation de l'aluminium, mais aussi de résistance au changement climatique, soutenus par un investissement de 500 millions de francs suisses.
- Lancement de *Bukeela Ka Ethiopia*, le premier Lungo pure origine portant la gamme à 22 Grands Crus et introduction de *Ristretto Intenso*, 9<sup>ème</sup> Grand Cru de la gamme dédiée aux professionnels.
- Nespresso s'apprête à révolutionner le marché du café nord-américain avec l'introduction de VertuoLine™, un système novateur basé sur une nouvelle technique d'extraction –la centrifusion– qui permet de satisfaire les préférences locales pour un café en grande tasse.
- Plus de 400 boutiques dans le monde, avec notamment de nouvelles ouvertures à Bogota, Toulouse et Istanbul.

## HISTORIQUE DES GRANDS CRUS *NESPRESSO* EN ÉDITION LIMITÉE

- 
- 1994  Premier Spécial Club
  - 1995  Spécial Club à base de cafés du Kenya et du Costa Rica
  - 1996  Spécial Club à base de café du Costa Rica
  - 1997  Spécial Club à base de café Sidamo
  - 1998  Spécial Club à base de cafés du Kenya, du Yemen et du Guatemala
  - 1999  Spécial Club à base de cafés Yirgacheffe et Montana Verde
  - 2000  Spécial Club à base de cafés Kilimandjaro et Sulawessi Kalossie
  - 2001  Edition limitée Blue Batak de Sumatra  
 Spécial Club à base de café Genuine-Antiqua
  - 2002   Editions Limitées Sidamo et Mysore
  - 2003   Editions Limitées Korgua et Tarrazu
  - 2004    Editions Limitées Yunnan et Ixhuatlan\*
  - 2005    Editions Limitées Sandona et Senang\*
  - 2006    Editions Limitées Bourbon Amarelo et Ensibuko \*  
   Premières Variations (Vanille, Pomme Cannelle, Anis)
  - 2007   Editions Limitées Oà et Jalayatra \*  
   Variations Amande, Chocolat Orange et Cardamone  
 Edition Limitée Oà et Spécial Club à base de cafés Kilimandjaro et de Tanzanie
  - 2008    Editions Limitées Goroka et Jinogalpa\*  
   Variations Caramel, Gingembre confit et Mandarine
  - 2009   Edition Limitée Singatoba\*  
   Variations Pain d'épices, Crème de marron et Abricot
  - 2010   Editions Limitées Tanzaru et Kazaar  
   Variations Vanille, Amande et Caramel
  - 2011   Editions Limitées Onirio et Dhjana  
   Variations Chocolat noir, Fleur de vanille, Cerise
  - 2012   Editions Limitées Kazaar, Naora  
  Edition Limitée Crealto \*  
   Réserve Spéciale Hawaii Kona \*  
   Variations Noisette, Noix de macadamia et Noix de coco
  - 2013   Editions limitées Trieste et Napoli  
   Variations Cioccorosso, Masala Chai et Liminto
  - 2014    Edition Limitée Colombian Terroirs et Cubanía  
  Réserve Spéciale Maragotype  
   Variations Dessert Noisette, Chocolat Menthe, Crumble Pomme

*\* (Pour la gramme professionnelle également)*