

09.03.2007 - 09:00 Uhr

Résultats 2006: Nestlé Nespresso devrait doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2010

Paudex (ots) -

La société place la qualité et ses clients au coeur de son développement international

Conformément aux prévisions de Gerhard Berssenbrügge, Président-directeur général de Nestlé Nespresso S.A, la société, numéro un mondial du café portionné haut de gamme, a franchi pour la première fois le cap du milliard de Francs Suisses de chiffre d'affaires en 2006. Avec une croissance supérieure à 30 % pour la sixième année consécutive, Nestlé Nespresso est l'entité du Groupe Nestlé qui connaît le développement le plus rapide, venant ainsi rejoindre le portefeuille des marques milliardaires du Groupe. D'ici à 2010, Nestlé Nespresso devrait réaliser un chiffre d'affaires de 2 milliards de Francs Suisses et parvenir ainsi à atteindre son objectif : devenir l'icône mondiale du café parfait.

Les résultats significatifs et marquants enregistrés lors de l'exercice 2006, indiquent que Nespresso poursuivra sa croissance de manière soutenue dans tous ses domaines d'expertise:

- Le chiffre d'affaires global progresse de 42 % pour s'établir à 1,16 milliard de Francs Suisses, contre 819 millions en 2005. Nespresso dépasse ses prévisions établies à un milliard de Francs Suisses.
- Le nombre de machines à café vendues progresse de 32 % et dépasse ainsi le million d'unités. Cette progression conforte la position de leader mondial de Nestlé Nespresso sur le marché des machines à espresso. Sa part de marché progresse de 4,8 % pour atteindre 22,7 %.
- En 2006, Nespresso a acquis plus de 1,1 million de nouveaux Membres contre 770 000 en 2005. Le Club Nespresso compte désormais plus de 3,1 millions de Membres à travers le monde.

"La clé de notre succès est la trilogie Nespresso qui associe des Grands Crus de cafés de très haute qualité, des machines ingénieuses au design élégant et un service client sans égal", déclare Gerhard Berssenbrügge, Président-directeur général de Nestlé Nespresso. "Plus largement, notre engagement en faveur de la très haute qualité restera la pierre angulaire d'un développement réussi et durable au plan mondial. Notre modèle économique, qui place le client au coeur de notre développement, notre politique d'innovation permanente et notre stratégie d'implantation sur de nouveaux marchés en apporteront la démonstration".

En 2006, pour asseoir sa vision, Nestlé Nespresso a exploré de nouvelles voies qui lui ont permis de devancer les attentes d'un nombre croissant d'amateurs de café tout en augmentant la notoriété de la marque à travers le monde:

- Nespresso a ouvert 39 Nespresso Boutiques, Boutiques-Bars et corners, situées dans des magasins, ce qui porte le total à 79. Parmi les événements les plus marquants, citons l'ouverture d'une Boutique sur Madison Avenue à New York et l'implantation des premières Boutiques Nespresso en Europe Centrale et en Amérique du Sud.
- Grâce à George Clooney, premier ambassadeur officiel de Nespresso, la campagne publicitaire hollywoodienne a remporté un vif succès.
- Avec la commercialisation des machines Nespresso Siemens Essenza, Le Cube et Siemens Nespresso by Porsche Design, les clients peuvent choisir parmi une gamme complète de fonctionnalités, de design et de prix.
- Nespresso achève sa troisième année de partenariat réussi avec l'Organisation Non Gouvernementale Rainforest Alliance dans le cadre du Programme AAA pour une Qualité Durable. L'objectif de ce programme est de s'assurer que les pratiques agricoles mises en oeuvre permettent de produire un café de qualité supérieur et sont source de viabilité économique tout en contribuant à la prospérité des producteurs et de leurs communautés. La part de café vert provenant du Programme AAA pour une Qualité Durable a augmenté de 10 % et atteint aujourd'hui 30 %.

Confirmation de l'orientation stratégique de Nespresso

En 1986, Nestlé Nespresso a fait figure de pionnier sur le marché du café portionné et a initié une nouvelle tendance qui sera adoptée dans le monde entier. Selon AC Nielsen Europe & Amérique du Nord, le

segment du café en portionné ne représente en 2006 que 3 % en volume et 7 % en valeur de la quantité totale de café consommée dans le monde. Le potentiel de développement de Nespresso est donc considérable.

La société table sur un doublement de la part de marché du café portionné d'ici à 2010, date à laquelle Nestlé Nespresso prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de 2 milliards de Francs Suisses. La Phase IV du Plan d'Expansion Mondiale de Nespresso, lancée en 2006 sera ainsi achevée.

"Malgré l'intensification de la concurrence, je suis convaincu que les 20 années durant lesquelles nous avons été la seule marque de café portionné haut de gamme sur le marché nous ont permis d'acquérir un savoir-faire précieux sur lequel nous appuyer", déclare Gerhard Berssenbrügge. "Les excellents résultats que nous avons enregistrés en 2006 attestent du bien-fondé de notre stratégie. Notre programme de développement est extrêmement dynamique et durable, et je suis persuadé que Nespresso atteindra le cap des 2 milliards de Francs Suisses de chiffre d'affaires en 2010".

Perspectives 2007

Pour réaliser ses objectifs de chiffre d'affaires d'ici à trois ans et devenir l'icône du café parfait partout dans le monde, Nestlé Nespresso s'est fixé plusieurs objectifs majeurs pour l'année 2007:

- Maintenir une qualité optimale dans tous les éléments de la chaîne de valeur Nespresso. La société prévoit d'ouvrir cette année un nouveau centre de production et de distribution des plus avancés à Avenches, en Suisse. Cet investissement d'un montant de 150 millions de Francs Suisses permettra de soutenir le développement mondial avec une "qualité suisse" constante.
- Poursuivre le Programme AAA pour une Qualité Durable, qui a déjà fait ses preuves. L'objectif est d'augmenter la proportion de café issue de ce programme afin qu'elle passe de 30 % en 2006 à 50 % en 2010.
- Se centrer plus encore sur les activités business-to-business afin de faire découvrir au plus grand nombre de clients "l'expérience d'un café d'exception" où qu'ils se trouvent, sur leur lieu de travail, en voyage, dans des restaurants et hôtels de prestige, des boutiques de luxe, des bureaux, ou en tant que passagers de première classe des compagnies aériennes.
- Ouvrir plus de 40 nouvelles Nespresso Boutiques, Boutiques-Bars et corners, situées dans des magasins, pour porter le nombre total à 120:
- implantations des premières Boutiques-Bars sur de nouveaux marchés tels que Singapour, Shanghai, Beijing et Dubaï. La Boutique-Bar, symbole de la marque, reflète la nouvelle stratégie d'implantation de Nespresso;
- poursuite du développement, et ouverture d'une Boutique amiral sur le Champs-Élysées, d'une superficie de 1 500 m², qui offrira à la marque une dimension nouvelle susceptible d'attirer et de séduire les clients.
- Lancement de la nouvelle machine Nespresso Lattissima développée en collaboration avec DeLonghi, qui permet d'obtenir une mousse de lait à base de lait frais sur simple pression d'une touche, afin de répondre aux attentes des consommateurs en matière de recettes espresso (Cappuccino, Latte Macchiato...).

"Nespresso offre aux amateurs de café du monde entier un espresso parfait à tout instant", affirme Gerhard Berssenbrügge. "Nous ferons le maximum pour que notre trilogie reposant sur des Grands Crus de café, des machines ingénieuses et un service hors pair réponde et devance les attentes des clients, voire même les dépasse, afin d'atteindre notre objectif, qui est de doubler notre chiffre d'affaires d'ici 2010".

A propos de Nestlé Nespresso SA

Leader mondial et véritable pionnier sur le marché du café portionné haut de gamme, Nestlé Nespresso SA a fait découvrir à ses clients l'excellente qualité de ses Grands Crus de cafés à déguster dans le confort de leurs foyers mais aussi, dans des restaurants prestigieux, des cafés, des hôtels et des bureaux. Le concept Nespresso s'appuie sur une trilogie unique, gage d'une expérience incomparable d'un café d'exception: les meilleurs Grands Crus de cafés, les machines à espresso ingénieuses au design élégant et enfin, un service client hors pair. Nestlé Nespresso S.A., dont le siège se trouve à Paudex, en Suisse, compte plus de 1 700 salariés, commercialise directement ses produits auprès de ses consommateurs dans plus de 50 pays et gère plus de 79 prestigieuses boutiques situées dans les plus grandes villes du monde. En 2006, Nespresso a enregistré la croissance la plus rapide au sein du groupe Nestlé et

la société est entrée dans le club des "marques milliardaires" du Groupe, avec une croissance de 42 % et un chiffre d'affaires de 1,16 milliard de Francs Suisses. Pour plus d'informations, visitez les sites www.nespresso.com et www.nespresso-pro.com.

Contact:

Hans-Joachim Richter,
Director Corporate Communications
Nestlé Nespresso SA
Phone: +41/21/796'96'96
E-Mail: Hans-Joachim.Richter@nespresso.com

Christine Saunders, Weber Shandwick
Phone: +41/43/255'19'31
E-Mail: csaunders@webershandwick.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100007465/100526612> abgerufen werden.