

Communiqué de presse

6 février 2018

Nespresso Professionnel prévoit de doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2020

Initié en 2015, le plan stratégique de croissance de Nespresso Professionnel affichait l'ambition de doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2020. À mi-parcours, force est de constater que les résultats sont là : l'activité B2B de Nespresso affiche en effet une croissance à deux chiffres et se déploie à grande vitesse sur les deux marchés hors domicile : le CHR (ou « Horeca ») et les Entreprises. L'Horeca représente aujourd'hui 30% des activités de Nespresso Professionnel, et accompagne autant les grandes brasseries, les hôtels, et la haute gastronomie (30% des chefs étoilés travaillent aujourd'hui avec Nespresso Professionnel). Le café prend parallèlement de plus en plus d'importance en tant qu'élément de valorisation pour les collaborateurs : Nespresso Professionnel ne cesse d'accroître sa présence en entreprises, et plus spécifiquement dans les grandes entreprises.

Représentant 15% du chiffre d'affaires de Nespresso France, Nespresso Professionnel est en ordre de marche pour devenir le leader du marché – aujourd'hui près de 10 milliards de tasses de café sont consommées chaque année hors domicile.

L'étude IPSOS sur le rôle sociétal du café est riche d'enseignements :

- 92% des salariés soulignent l'importance de la pause-café pour **créer du lien social**,
- 87% trouvent qu'un bon café véhicule **une image positive de l'entreprise**,
- 78% déclarent qu'un bon café est un **signe de reconnaissance**,
- 83% pensent qu'il est indispensable pour optimiser sa performance au travail,
- Et les capsules sont mieux perçues en termes de qualité, de prix et de satisfaction client par rapport à la distribution automatique.

Des enseignements qui confortent Nespresso Professionnel dans son nouvel objectif de devenir le leader sur le marché professionnel français grâce à **4 axes stratégiques de développement** : le choix d'un modèle humain, la conquête de nouvelles poches de croissance, le renforcement de la stratégie omnicanale et des initiatives RSE en perpétuelle évolution.

Le choix d'un modèle humain

Le modèle humain, au cœur de la philosophie de la marque depuis ses origines, caractérise l'approche commerciale de Nespresso. Ce choix d'une relation directe avec ses clients et prospects est pour Nespresso une stratégie commerciale moderne, en particulier dans le monde professionnel.

Convaincu que la qualité de ses services ne peut se réaliser qu'au travers d'une équipe de collaborateurs plus nombreuse, Nespresso Professionnel n'a cessé d'augmenter ses effectifs au cours de ces quatre dernières années. Aujourd'hui, ce sont **plus de 150 commerciaux** qui parcourent la France, **dont 40 ont été embauchés au 1^{er} janvier 2018**.

Cette **proximité client se traduit très concrètement par des offres toujours plus personnalisées**, comme par exemple le SAV le week-end pour certains acteurs du CHR ou bien l'organisation d'animations pour de grandes entreprises.

S'appuyant sur le modèle de la **symétrie des attentions**, qui souligne que la satisfaction de ses clients n'est pas dissociable du bien-être de ses collaborateurs, Nespresso Professionnel est convaincu que la formation de ses collaborateurs est un axe majeur de développement d'ici à 2020. L'entreprise a donc décidé de rassembler l'ensemble de ses équipes et services sur un même site fin 2017, pour encourager et faciliter les synergies. La même philosophie s'applique également sur le terrain puisque les managers seront dorénavant en charge d'équipes n'excédant pas 10 personnes.

La conquête de nouvelles poches de croissance

Pour atteindre son objectif de doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2020, Nespresso Professionnel s'attaque à trois nouvelles poches de croissance.

La **conquête de la distribution automatique** est le premier défi de Nespresso Professionnel. Il s'agit à la fois de nouer des partenariats pour répondre à la totalité de l'offre produit demandée par les entreprises : le café, le thé et les boissons lactées bien sûr, et également une offre de nourriture saine et des boissons fraîches. Et d'apporter un service tout compris : le client entreprise n'a plus à s'occuper de rien. Nespresso prend en charge le réapprovisionnement, la maintenance et le service après ventes, le nettoyage, et la gestion automatique du paiement.

Second potentiel de croissance : le **marché du catering**. Nespresso Professionnel souhaite devenir un partenaire stratégique des acteurs de la restauration collective : Elior, Sodexo, Compass et API par exemple. Nespresso accompagne ces acteurs pour répondre aux nouvelles attentes des entreprises, qui voient se développer de nombreux espaces de pause-café devenus de véritables lieux de vie. Nouveaux meubles adaptables, nouvelles PLV et animations destinées à faire vivre aux collaborateurs une expérience conviviale et attractive font partie des nouvelles solutions proposées par Nespresso Professionnel. Une véritable théâtralisation de l'espace de travail qui apporte un avantage compétitif aux acteurs de la restauration collective.



Enfin, Nespresso Professionnel compte bien **conquérir les places gagnantes de l'Horeca**, comme les grandes brasseries ou les bars et restaurants des hôtels, à l'aide de sa machine Aguila qui, tout en garantissant une qualité constante du café, permet à ses clients de créer de la valeur grâce à un large choix de recettes à base de lait, réalisables par tous les collaborateurs sans formation spécifique, et facile d'entretien. Déjà adoptée par de nombreux établissements à grands volumes de café, très exigeants, l'Aguila de Nespresso Professionnel a pour ambition de conquérir les places gagnantes, grandes consommatrices de café, partout en France.

Le renforcement de sa stratégie omnicanale

L'accroissement des effectifs humains s'est accompagné du renforcement de la stratégie omnicanale, permettant une accessibilité optimale des produits. L'intégration de l'ensemble des différents canaux dans le parcours client vient ainsi compléter la présence humaine sur le terrain et permet à Nespresso Professionnel de répondre spécifiquement aux besoins de ses clients.



Dans cette perspective, le **site internet Nespresso Professionnel a complètement été repensé** et s'adapte désormais à différents publics : formulaire de contact simplifié, prise de RDV en ligne, rappel dans l'heure des prospects ou possibilité d'acquérir la machine Zenius en ligne font partie des nouvelles fonctionnalités. Avec succès, puisque la croissance de l'activité digitale est deux fois supérieure à la croissance de l'activité globale.

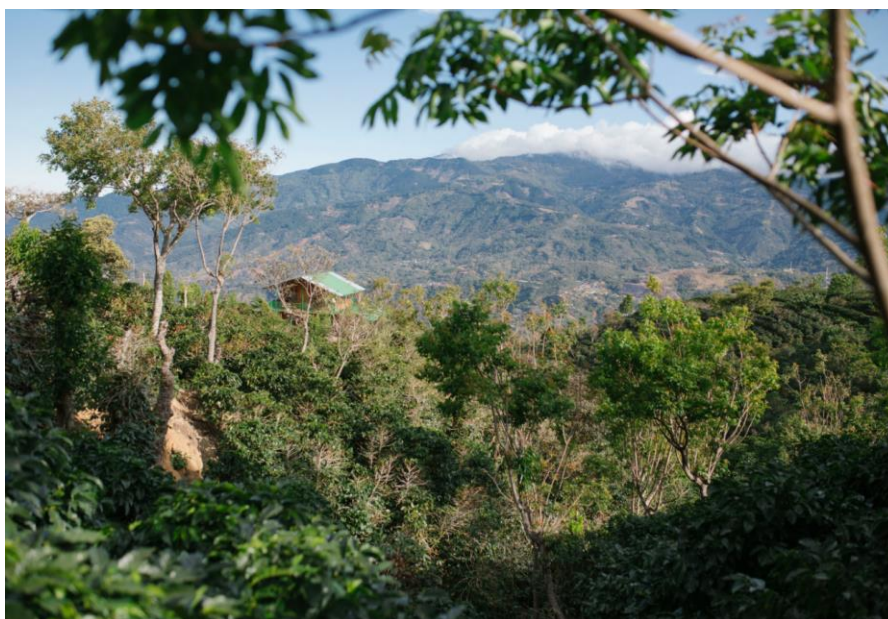
En parallèle, Nespresso Professionnel a choisi de faire **partager son expérience et sa connaissance des enjeux du marché professionnel** sur son compte LinkedIn et dans son nouveau Blog Coffee Break, <https://www.nespresso.com/pro/coffee-break>.

Convaincu que le B2B a toute sa place dans ses boutiques, Nespresso a intégré un espace professionnel dans sa boutique de la Défense. Face au franc succès remporté par ce projet pilote, **deux nouveaux espaces professionnels seront intégrés dans les boutiques de Bordeaux et Nice au premier semestre 2018.**

La RSE : un avantage concurrentiel certain

Si de plus en plus de chefs demandent des garanties en termes de traçabilité et de durabilité des produits qu'ils proposent, de plus en plus d'entreprises, elles, manifestent le besoin de travailler avec des partenaires mobilisés en faveur du développement durable, avec lesquels elles partagent des valeurs et une éthique.

Nespresso Professionnel a de solides atouts pour répondre à chacun, car cela fait déjà 15 ans que l'entreprise Nespresso a lancé son programme de développement durable : le *Programme AAA pour une Qualité durable*, qui vise à assurer un approvisionnement en café de haute qualité, tout en protégeant l'environnement et en améliorant la qualité de vie des caféiculteurs. **Grâce à ce programme, Nespresso assure une traçabilité à la ferme pour 90% de ses cafés avec ses 70 000 caféiculteurs partenaires, le café Nespresso est neutre en carbone, il est cultivé selon des pratiques agricoles durables, et Nespresso paie son café 30 à 40% plus cher que le prix du marché, pour assurer la pérennité de la filière agricole du café.**



Depuis 2003, Nespresso pratique l'agroforesterie là où c'est nécessaire dans les fermes de ses 70 000 caféiculteurs partenaires. Et depuis 2015, Nespresso France a renforcé son programme et **plante chaque année plus de 500 000 arbres au cœur des fermes de café en Colombie, au Guatemala et en Éthiopie**. Car les arbres ont de multiples bénéfices : en fournissant de l'ombre aux caféiers, ils **améliorent la qualité du café**, ils injectent de l'azote dans les sols qui ont ensuite moins besoin d'intrants, ils préservent des sécheresses et des glissements de terrain, ils diversifient les revenus des producteurs, et en plus compensent l'empreinte carbone de chaque tasse de café Nespresso consommée en France.

En parallèle, Nespresso fête cette année les 10 ans de son service de recyclage des capsules usagées. L'entreprise a même lancé un **service de collecte des capsules usagées sur-mesure, dédié et gratuit pour les professionnels**, disponible facilement sur inscription sur la plateforme www.nespresso.com/entreprise/collecte-pro/. Toutes les capsules usagées B2B ainsi récupérées sont acheminées vers un centre de traitement dédié et financé par Nespresso France, qui sépare le marc de café de l'aluminium : le marc est transformé en biogaz ou compost, et l'aluminium est refondu pour fabriquer de nouveaux objets comme des canettes ou des vélos par exemple.

Nespresso Professionnel lutte depuis de nombreuses années contre l'obsolescence programmée et propose des services personnalisés de maintenance, de réparation et de remise à neuf de ses machines, pour les particuliers comme pour les professionnels.

En 2016, pour aller plus loin dans sa relation partenariale de long terme avec ses clients entreprises, Nespresso Professionnel a lancé une **offre B2B responsable unique**. Pour tout contrat de 5 ans, elle offre à ses clients un

reporting exclusif sur le recyclage de leurs capsules et le nombre d'arbres plantés en fonction de leur consommation, ainsi que des outils de communication dédiés pour leurs collaborateurs et clients.

À PROPOS DE NESTLÉ NESPRESSO SA

Nestlé Nespresso SA est le pionnier et la référence sur le marché du café portionné haut de gamme. Dans le cadre du programme Nespresso AAA pour une Qualité Durable, l'entreprise travaille avec plus de 70 000 caféiculteurs dans 12 pays afin de favoriser la mise en œuvre de pratiques agricoles durables dans les fermes et leur écosystème. Lancé en 2003 en collaboration avec Rainforest Alliance, ce programme permet d'accroître le rendement et la qualité des récoltes afin de s'assurer d'un approvisionnement durable en café de la plus haute qualité et d'améliorer les conditions de vie des fermiers et de leurs communautés. Basé à Lausanne, en Suisse, Nespresso est présent dans 69 pays et compte plus de 12 000 collaborateurs. En 2016, l'entreprise gérait un réseau de plus de 600 boutiques. Pour plus d'informations, rendez-vous sur <http://www.nespresso.com> et sur <http://www.nespresso.com/entreprise>

CONTACTS PRESSE

Margaux Fievet – mfievet@webershandwick.com – 01 47 59 56 05
Lola Girard – lgirard@webershandwick.com – 01 47 59 56 32