

NESPRESSO LANCE UNE CAMPAGNE NATIONALE POUR FAIRE CONNAITRE SES ACTIONS EN MATIERE DE RSE, NOTAMMENT EN FAVEUR DU RECYCLAGE DE SES CAPSULES

Paris, le 18 mai 2020 - Parce que *Nespresso* agit en faveur du recyclage de ses capsules depuis plus de 10 ans mais que ses actions sont encore peu connues tant auprès de ses clients que du grand public, l'entreprise lance aujourd'hui une campagne nationale de communication diffusée en presse et en affichage *print* et digital.

Alors qu'il vient de renforcer son engagement en faveur de l'économie circulaire en dévoilant ses nouvelles capsules fabriquées à partir de 80 % d'aluminium recyclé, le torréfacteur a fait le choix d'une campagne sincère et transparente, qui casse ses codes traditionnels et met en avant ses actions concrètes, principalement en faveur du recyclage de ses capsules.

Elle sera déployée à partir du 18 mai et jusqu'au mois d'août 2020.

UNE CAMPAGNE NATIONALE SUR LE RECYCLAGE

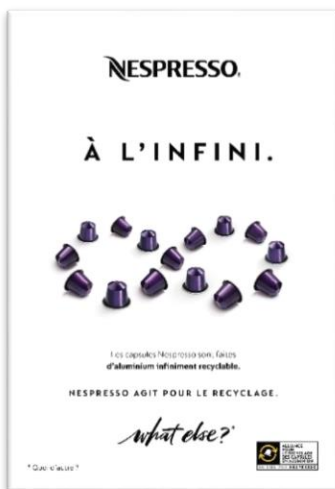
Nespresso agit concrètement depuis plus d'une décennie pour le recyclage de ses capsules et a décidé de mettre en lumière ses actions via une campagne nationale, en s'adressant directement à tous les Français.

Parce que l'aluminium est un matériau recyclable à l'infini, *Nespresso* a investi depuis plus de 10 ans dans la création de deux filières de recyclage. Les solutions mises en place permettent aujourd'hui à 90% de ses clients de bénéficier d'un système de collecte à proximité de chez eux. L'entreprise s'est fixée une mission : **faire en sorte que l'aluminium de ses capsules, 100% recyclable, soit effectivement 100% recyclé.**

Pour porter ces messages et inciter au geste de tri, *Nespresso* a fait le choix d'une **campagne nationale qui débute le 18 mai et s'étendra jusqu'en août 2020.**

Imaginée par l'agence McCANN Paris pour *Nespresso* au niveau mondial, cette campagne décline **7 *prints* à l'esthétisme épuré qui relaient avec de l'esprit et une touche d'humour les actions concrètes de l'entreprise et visent à surprendre le public tout en l'informant.**

Toutes ces annonces seront diffusées en presse écrite, et 4 d'entre elles le seront en affichage *print* et digital.





Nathalie Gonzalez, Directrice Marketing et Communication de Nespresso France, explique :

« C'est pour **faire connaître nos actions en matière de RSE et recyclage de nos capsules de café, que nous avons choisi de lancer une campagne nationale forte en presse (papier et digital) et en affichage. Elle sera ensuite déployée dans de nombreux marchés, et la France sera le premier pays à la dévoiler. Comme le souligne notre signature « Nespresso agit », nous souhaitons avec cette prise de parole valoriser les actions concrètes que nous menons sur le terrain, avec une touche d'humour comme nous avons l'habitude de le faire chez Nespresso. C'est pour nous une question de responsabilité d'entreprise : quand on est pionnier et capitaine de catégorie, on doit agir en conséquence et de manière humble. J'espère que cette campagne permettra à chacun d'apprendre que nos capsules sont facilement recyclables, et que nous leur donnons une seconde vie. »**

Pour réaliser cette campagne, les bureaux de New York et de Paris de l'agence McCANN ont travaillé main dans la main.

Sébastien Boutebel, Directeur de la Création chez McCANN Paris, explique la démarche de l'équipe créative :

« Cette campagne de Nespresso, pour qui nous travaillons depuis plusieurs années, était pour nous comme une évidence. Pour faire connaître ses engagements RSE, l'entreprise avait besoin d'un discours simple, pour parler de l'essentiel tout en restant iconique. Nous avons ainsi misé sur le décalage avec les codes habituels de la marque, tout en gardant son trait d'esprit.

DES ACTIONS RSE AU CŒUR DU BUSINESS MODEL DE NESPRESSO

Pour Nespresso, la RSE est un impératif business : sans protéger l'environnement et les hommes, il est impossible d'assurer la pérennité de la culture du café.

Concernant le recyclage de ses capsules, l'entreprise y travaille depuis 1991 au niveau mondial et depuis 12 ans en France. L'entreprise contribue au développement d'une économie circulaire, avec deux filières de collecte :

- Plus de 5000 points de collecte disponibles partout en France (Points relais de Mondial Relay, déchetteries, boutiques, coursiers, entreprises...)
- Dans certaines communes, la collecte des capsules s'effectue directement dans les bacs de tri, avec les autres emballages (30% des Français sont déjà concernés – ils seront 50% d'ici 2022)

Nespresso a même **ouvert son système de collecte et de recyclage à ses concurrents.** Ainsi, en novembre 2019, Nespresso, Nestlé et JDE (Jacobs Douwe Egberts) ont créé l'Alliance pour le Recyclage des Capsules en Aluminium et envisagent d'ouvrir plusieurs centaines de nouveaux points de collecte dans les supermarchés en 2020.

« Chez Nespresso, nous travaillons à la mise en place d'une véritable économie circulaire, notamment avec le recyclage de nos capsules, qui sont en aluminium, matériau recyclable à l'infini, et sans perte de propriété, ou encore la réparation de nos machines. Recycler nos capsules est essentiel, car l'aluminium est une ressource réutilisable à l'infini. Mais pour le réutiliser, il faut le trier. Nous poursuivons donc l'ouverture de nouveaux points de collecte partout en France, tout en déployant la filière de tri sélectif des petits emballages métalliques. Grâce à cette filière, que nous avons initiée et que nous co-finançons avec notre partenaire Citeo, nous permettons de recycler non seulement nos capsules, mais aussi tous les emballages métalliques tels que les plaquettes de médicaments, les boîtes de conserves, les bouchons à vis, les canettes par exemple. Déjà 30% des Français en bénéficient – ils seront 50% d'ici deux ans », explique **Clémence Nutini, Responsable du développement durable de Nespresso France.**

Et parce que le café est avant tout façonné par les hommes, en amont de sa chaîne de valeur, Nespresso a mis en place avec l'ONG *Rainforest Alliance* un programme de soutien et de formation aux pratiques agricoles durables pour ses caféiculteurs partenaires depuis près de 20 ans. Neutre en carbone, l'entreprise compense intégralement les émissions de CO₂ résiduelles de son café en plantant plus de 500 000 arbres par an dans les fermes de café. Dans le même temps, Nespresso poursuit son programme de réduction d'émissions de CO₂ au niveau mondial (-22% en 10 ans).

Clémence Nutini ajoute : « *Evidemment, il nous reste encore beaucoup à faire. Ces choix, ces actions de terrain, nous les menons avec un objectif : assurer la pérennité de la filière café. Car sans préserver l'environnement et sans donner les moyens aux caféiculteurs de poursuivre leur activité dans de bonnes conditions, nous ne pourrions continuer à proposer du café à nos clients. Notre démarche est un choix business assumé, et donc pérenne.* »

DE NOUVELLES CAPSULES, COMPOSÉES À 80% D'ALUMINIUM RECYCLÉ

Dans le même temps, Nespresso annonce le lancement des premières capsules de café du marché fabriquées à partir de 80% d'aluminium recyclé, visant à favoriser la réutilisation de matériaux.

Recyclable à l'infini, l'aluminium est l'un des matériaux les plus recyclés au monde. La production d'aluminium recyclé nécessite 20 fois moins d'énergie que la production d'aluminium primaire, ce qui en fait un matériau particulièrement adapté à un modèle d'économie circulaire. En outre, l'aluminium protège de façon optimale la fraîcheur et les arômes du café, en faisant barrière à l'oxygène, à la lumière et à l'humidité. C'est précisément pour ces raisons que Nespresso a toujours utilisé l'aluminium pour ses capsules. Composées d'une feuille d'aluminium plus fine, ses nouvelles capsules sont toutes produites avec 9,2% d'aluminium en moins, et sont ainsi 8% plus légères.

Les premières capsules de café composées à 80% d'aluminium recyclé sont les capsules *Original Line Master Origin Colombia*, destinées au grand public. Disponibles à la vente depuis le mois de mars en France, leur distribution sera étendue dès juillet prochain. **L'objectif de l'entreprise est de fabriquer l'ensemble de ses capsules de café à destination du grand public à partir de 80% d'aluminium recyclé d'ici fin 2021.**

En raison de la composition spécifique de l'alliage d'aluminium qui est nécessaire pour produire les capsules Nespresso, le taux maximal d'aluminium recyclé est actuellement de 80%, mais Nespresso continue à rechercher des solutions qui permettront d'augmenter ce pourcentage.

« Avec ces nouvelles initiatives, Nespresso franchit une nouvelle étape dans la création d'un modèle économique plus circulaire », souligne Jérôme Pérez, Directeur du Développement Durable chez Nespresso « Nous allons continuer à travailler pour augmenter davantage la proportion d'aluminium recyclé dans la composition de nos capsules de café et pour faire augmenter le taux de recyclage de nos capsules usagées, en facilitant le recyclage des capsules pour nos clients. »

###

Pour en savoir plus sur les engagements et les initiatives RSE de Nespresso en France, RDV sur www.nespresso.com/agit et sur Twitter [@NespressoAgitFR](https://twitter.com/NespressoAgitFR)

Pour télécharger les visuels de la campagne, cliquez [ici](#)

A PROPOS DE NESTLE 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 110 000 caféiculteurs de 14 pays différents, afin d'intégrer des pratiques durables dans les fermes et leur écosystème. Lancé en 2003 en collaboration avec l'ONG Rainforest Alliance, ce programme permet d'accroître la production 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 84 pays et compte 14 250 collaborateurs. En 2019, l'entreprise gérait un réseau de 810 boutiques. Pour plus d'informations, rendez-vous sur : www.nestle-nespresso.com.

A PROPOS DE MCCANN WORLDGROUP

McCann Worldgroup, membre du groupe Interpublic (NYSE : IPG), est l'une des entreprises internationales leaders en matière de services marketing. Présent dans plus de 100 pays, le réseau est uni par un objectif commun : aider les marques à jouer un rôle meaningful dans la vie des gens. Désignée comme l'entreprise de services marketing la plus créative et la plus efficace en 2019, McCann Worldgroup est composée de McCann (publicité), MRM (digital/CRM/social), McCann Health (communication santé), CRAFT (production intégrée), Weber Shandwick (RP/réputation/médias sociaux), FutureBrand (stratégie de marque/design) et Octagon (marketing sportif).

À PROPOS DE MCCANN PARIS

McCANN Paris est l'agence de publicité et de consulting du groupe McCANN Worldgroup France, entreprise de services marketing parmi les plus créatives et efficaces au monde. Ses principaux clients en France : L'Oréal Paris, Mixa, CPW, Vichy, Subway, Nespresso, Opel, Spoticar, Somfy, Mastercard, Iberdrola et Schär.

CONTACTS PRESSE

nespresso@webershandwick.com

CREDITS

McCann New York

Direction
Nannette Lafond-Dufour - Présidente, Global Clients & Business Leadership
Amber Greenwalt - Senior Vice-Présidente, Directrice commerciale
Juliana Cresci - Directrice de clientèle
Jake Krasnow - Chef de publicité
Catherine Peta - Assistante chef de publicité

Créatif

Larry Platt - EVP, Directeur exécutif de la création
Daniel Rodriguez - EVP, Directeur exécutif de la création
Andre Massis - Directeur de la création
Liz King - SVP - Directrice de la création du groupe
Tim Min - Directeur artistique senior
Daniel Kim - Directeur de la création
David Cappolino - Rédacteur senior
Todd Brown - Directeur de la création
David Mashburn - Directeur exécutif de la conception
Daniel Colburn - Directeur de création associé
Jesse Yowell - Directeur de création associé
Elana Sasson - Responsable de la conception
Ethan Buller - Responsable de la conception
Ralph Vibar - Directeur artistique junior
Kristen deBarros - Directrice artistique junior
Griffin Robillard - Rédacteur junior

Gestion de projet

Steven Marchione - Directeur associé, gestion de projet
Catalina Condon - Chef de projet
Annie Kunstler - Chef de projet
Cerine Azar - Chef de projet associé

Stratégie

Suzanne Powers – Directrice de la stratégie mondiale
Anna Andreis - Senior Vice-Président, Directeur de la stratégie du groupe
Amanda Shapiro - Vice-présidente, Directrice de la stratégie du groupe

Production

Lauren Bauder - Producteur associé
Dan Gross - Producteur Musique

McCann Paris

Sebastien Boutebel : Directeur exécutif de la création
Pierre Jungers, Maud Girardin : Direction Artistique
Farah El Feghali, Anne-Sophie Guérin : Conception - Rédaction
Caroline Montrichard : Responsable commerciale
Constance Beriot : Directrice de clientèle
Charline Mura : Chef de publicité

PSYOP - ANIMATION

Société de production - Blacklist
Producteur exécutif - Eve Strickman
Producteur - Daniel Graf
Réalisé par Tendril
Animation et conception par Tendril
Producteur exécutif de Tendril - Ivelle Jargalyn
Directeur de la création - Chris Bahry
Directeur : Tom Crate
Producteur - John Szebegynszki
Coordinateur de production - Niko Hook
Artistes - Ferdi Kubin, Leonardo Bortolussi, Emily Switzer, Ben Pilgrim

CRAFT LONDON - ADAPTATIONS ET TRADUCTIONS

Andrea Del Aguila – Chef de projet junior
Aurelija Salickaite - Productrice junior
Andy Williams - Rédacteur en chef/superviseur de la RMC
Vanessa Mokrab - Directrice de clientèle

Conception sonore

Société de design sonore : Squeak E. Clean Studios
Deb Oh - Producteur exécutif
Nick Doering - Producteur
Stuart Welch - Designer sonore
Drew Fischer - Designer sonore