

Paris, le 18 mai 2020

ECONOMIE CIRCULAIRE : NESPRESSO LANCE SES CAPSULES COMPOSEES A 80% D'ALUMINIUM RECYCLE ET PART EN CAMPAGNE NATIONALE POUR FAIRE CONNAITRE SES ACTIONS EN MATIERE DE RSE

- Nespresso annonce aujourd'hui le lancement des premières capsules de café du marché composées à 80% d'aluminium recyclé.
- Cette initiative s'inscrit dans la démarche d'économie circulaire menée par l'entreprise depuis plus de 20 ans en faveur de la réutilisation et de la seconde vie de ses capsules et de ses machines.
- Cette nouvelle initiative fait directement suite au lancement, depuis le mois de mars, d'un nouveau packaging pour les machines Nespresso, entièrement recyclable et fabriqué à partir de 95 % de matériaux recyclés.
- Dans le même temps, le torréfacteur qui agit en faveur du recyclage de ses capsules depuis plus de 10 ans, dévoile une campagne nationale pour faire connaître ses engagements en matière de RSE. Elle sera déployée en presse et en affichage à partir du 18 mai 2020.

DE NOUVELLES CAPSULES FABRIQUEES A PARTIR DE 80% D'ALUMINIUM RECYCLÉ

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.**

« Nous nous sommes lancé le défi permanent d'améliorer la durabilité et la circularité de nos actions, et notamment la façon dont nous nous approvisionnons en matériaux recyclés et dans la manière de les utiliser et de les recycler à notre tour. Produire des capsules composées à 80% d'aluminium recyclé constitue pour nous une étape importante et la réalisation d'un objectif pour lequel nous avons énormément travaillé avec nos fournisseurs » explique Jérôme Pérez, Directeur du Développement Durable chez Nespresso.

Le lancement de ces nouvelles capsules fait suite à l'introduction, en mars, d'un nouveau packaging, conçu pour les machines Nespresso, entièrement recyclable et composé à 95% de matériaux recyclés. L'ambition de Nespresso est là aussi de parvenir à ce que toutes ses machines soient vendues dans ce nouvel emballage d'ici fin 2021.

« Avec ces nouvelles initiatives, Nespresso franchit une nouvelle étape dans la création d'un modèle économique plus circulaire », souligne Jérôme Pérez. « 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. »

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.

AUGMENTER LES TAUX DE RECYCLAGE

Nespresso a aussi atteint un taux de recyclage mondial de 30% et continuera à œuvrer en faveur de son augmentation. Depuis 2014, l'entreprise a investi plus de 185 millions de Francs suisses – soit plus de 175 millions d'euros – dans les programmes de recyclage qu'elle mène dans le monde entier, avec plus de 100 000 points de collecte répartis dans 53 pays.

En France, l'entreprise déploie deux filières de recyclage :

- Avec **5000 points de collecte** sur le territoire (Boutiques Points Relais, déchetteries, coursiers...), **plus de 90% des clients de la marque ont accès à une solution de collecte près de chez eux.**
- Le déploiement de la **filière de recyclage de tous les petits emballages en aluminium, initiée et co-financée par Nespresso** avec Citeo, permet aujourd'hui à **30% des Français** de pouvoir déposer leurs capsules ainsi que tous leurs autres petits emballages (barquettes, plaquettes de médicaments, petits aérosols, emballages de fromage etc.) directement dans leur poubelle de recyclage – ils seront **50% dans deux ans.**

« La participation des consommateurs est essentielle à la réussite de nos objectifs de recyclage ; aussi sommes-nous extrêmement reconnaissants à nos clients pour l'enthousiasme dont ils ont fait preuve pour nous aider à atteindre notre taux de recyclage actuel. Nous voulons à présent capitaliser sur cette dynamique très positive. Nous allons poursuivre nos efforts pour promouvoir le recyclage auprès des consommateurs, tout en travaillant à la réalisation de notre ambition ultime : parvenir à recycler l'ensemble de nos capsules », ajoute Jérôme Pérez.

Le recyclage est un effort collectif, et réussir à en augmenter le taux passe par quatre grands impératifs :

- 1) Renforcer la communication avec les consommateurs pour les sensibiliser et les inciter à participer à cet effort
- 2) Travailler avec les autorités pour intégrer le recyclage des capsules aux dispositifs de recyclage collectifs
- 3) Augmenter le nombre de points de collecte
- 4) Intégrer d'autres fabricants de café portionné au dispositif de recyclage de Nespresso pour améliorer la disponibilité et l'accessibilité du recyclage des capsules en aluminium. Ainsi, en novembre 2019, **la France a été le premier marché où Nespresso a lancé, avec JDE et Nestlé, l'Alliance pour le Recyclage des Capsules en Aluminium, qui vise à déployer encore plus rapidement et massivement la filière de collecte et de recyclage initiée par Nespresso sur le territoire depuis 12 ans.**

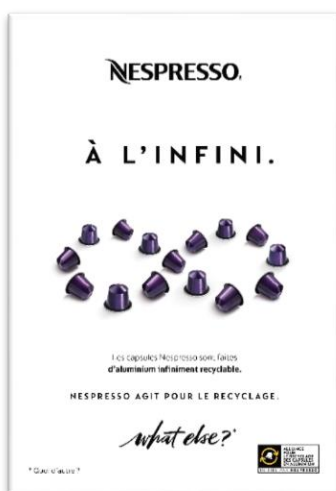
« Ces initiatives font partie intégrante de l'engagement permanent de Nespresso pour une utilisation responsable de l'aluminium. Comme nous l'avons annoncé en novembre 2018, nous allons continuer à travailler main dans la main avec nos partenaires pour employer l'aluminium dans le respect des normes de l'Aluminium Stewardship Initiative (ASI), qui visent une utilisation responsable et durable de l'aluminium, obtenu à partir de la bauxite ou de matériaux recyclés. » conclut Jérôme Pérez.

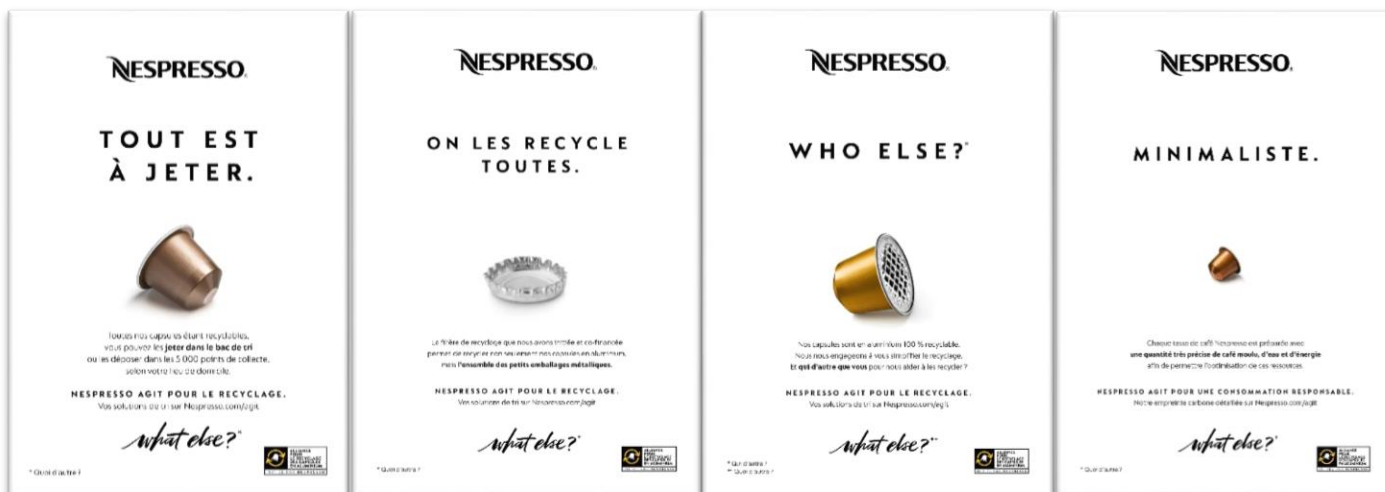
UNE CAMPAGNE NATIONALE SUR LE RECYCLAGE

Pour faire connaître ses initiatives en faveur du recyclage à ses clients et au grand public, Nespresso lance une campagne nationale, en s'adressant directement à tous les Français.

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.

###

Principales étapes du parcours de Nespresso vers le recyclage et vers des emballages durables

- En 1991, Nespresso lançait son premier système de recyclage, qui compte aujourd'hui un réseau mondial de plus de 100 000 points de collecte de capsules répartis dans 53 pays. Depuis 2009, l'accès des consommateurs aux solutions de recyclage proposées n'a cessé d'augmenter, pour passer de 24,3% à environ 91% en 2019.
- Nespresso travaille depuis 2009 avec l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN) et d'autres parties prenantes à la création d'une chaîne de valeur de l'aluminium responsable et durable. Ce travail a conduit à la création, en 2012, de l'Aluminium Stewardship Initiative (ASI), qui a élaboré le premier standard d'aluminium responsable et durable.
- Nespresso a aussi travaillé avec d'autres marques, telles que Caran d'Ache, Victorinox et plus récemment Vélosophy qui revient en mai 2020, à travers des créations qui donnent une deuxième vie à des objets emblématiques en utilisant des capsules recyclées et qui contribuent ainsi à renforcer la recyclabilité de l'aluminium, tout en mettant en lumière les avantages du recyclage.
- En 2018, l'entreprise Nespresso a annoncé qu'elle serait la première à s'approvisionner en aluminium durable conforme au standard de l'ASI à travers son partenariat avec Rio Tinto. La société s'emploie activement à ce que l'ensemble de sa chaîne de valeur soit en conformité avec ce standard.
- En 2019, Nespresso a invité d'autres fabricants de café portionné à intégrer son système de recyclage afin d'améliorer la disponibilité et l'accessibilité du recyclage des capsules en aluminium. JDE en France et Café Royal en Suisse sont les premiers partenaires à s'être engagés aux côtés de Nespresso.
- Certaines machines Nespresso intègrent des plastiques recyclés après consommation (PCR) et Nespresso recherche continuellement de nouvelles solutions pour utiliser toujours davantage de matériaux recyclés dans ses fabrications.
- En mars 2020, Nespresso a lancé un nouvel emballage pour ses machines, qui est recyclable à 100% et qui est composé à 95% de matériaux recyclés.

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 Giraudin : 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