



---

**GEORGE CLOONEY ET NATALIE DORMER  
PARTAGENT L’AFFICHE DE LA DERNIERE CAMPAGNE NESPRESSO « THE  
QUEST » : UN VOYAGE EPIQUE A LA RECHERCHE DU MEILLEUR CAFE DU  
ROYAUME**

***La dernière campagne Nespresso met en lumière les véritables héros qui se cachent  
derrière la production d’un café de haute qualité durable***

**Lausanne, Suisse – 17 octobre 2018** – Dévoilé aujourd’hui sur les écrans du monde entier, cet opus marque le retour de George Clooney en tant qu’ambassadeur de **Nespresso**. On le retrouve dans « The Quest », en armure, sauvant un royaume médiéval avant de sillonner les rues de New York à la recherche de l’objet de tous ses désirs : le meilleur café du royaume. La comédienne Natalie Dormer, l’une des reines les plus connues du grand écran, partage l’affiche de cette campagne mondiale lancée dans plus de 30 pays, la plus large jamais réalisée par **Nespresso**.

#### **LA RECOMPENSE DU CHEVALIER**

« The Quest » s’inspire de la quête permanente de **Nespresso** pour offrir la meilleure expérience café au monde. Le spot de 60 secondes, accompagné des notes de la chanson de Peter Gabriel « Solsbury Hill », plonge les téléspectateurs au cœur d’un château médiéval. George y joue le rôle d’un preux chevalier au service d’une formidable reine. Après avoir tué un dragon pour sauver le royaume, George se voit offrir une récompense l’invitant à la poursuite de ce qu’il désire vraiment. Cette quête le mènera d’une cour médiévale à une salle de cinéma ou encore dans un bus à impériale, prouvant qu’il ne reculera devant rien pour retrouver son bien-aimé **Nespresso**.



*« Je collabore avec **Nespresso** depuis de nombreuses années et je suis ravi d’être de retour sur le plateau. Cette fois-ci, j’ai la chance d’être aux côtés de la très talentueuse Natalie Dormer et de vivre enfin mon rêve : jouer le rôle d’un chevalier médiéval », déclare George Clooney.*

#### **UNE REINE SANS PAREILLE**



Cette année, Natalie Dormer partage l'écran avec George Clooney et s'approprié un personnage digne de ses précédents rôles régaliens à l'écran.

« Je suis une très grande fan de **Nespresso**, même ma famille a pensé que c'était tout à fait logique d'accepter cette proposition de collaboration. Travailler avec George Clooney... un rêve devenu réalité ! Il est si enthousiaste et tellement drôle. J'apprécie son travail depuis des années, c'était donc fantastique de finalement le rencontrer et de travailler avec lui » précise Natalie Dormer lors du tournage de la campagne.

## UN PARTENARIAT FORGE DANS LA DURABILITE

Accompagnant la marque depuis 2006, George Clooney est devenu une véritable icône de **Nespresso**, et son engagement en faveur du développement durable fait de lui un partenaire de choix. Son soutien continu met en lumière les initiatives responsables de l'entreprise, dont le soutien aux petits producteurs et le recyclage des capsules, au service d'un café de haute qualité durable.

**Nespresso** agit au quotidien pour faciliter le recyclage de ses capsules, une initiative largement soutenue par George Clooney, qui a déclaré « *Les jeunes générations sont maintenant très concernées par le recyclage et, dans l'ensemble, nous sommes beaucoup plus conscients de notre consommation. Il est important que des entreprises ouvrent la voie de l'innovation pour préserver l'avenir de notre planète. Nespresso a vraiment simplifié au maximum le recyclage et c'est pour cette raison que je suis à la fois heureux et fier de collaborer avec cette entreprise.* »

## DES CAFEICULTEURS, AGRONOMES ET PARTENAIRES MIS EN VALEUR

Cette quête du café exceptionnel, qui unit **Nespresso**, les acteurs de la filière café, George Clooney et les amateurs de café **Nespresso**, a inspiré la campagne.

Cette dernière met en valeur celles et ceux qui assurent au quotidien les différentes étapes de production du café, des agronomes et caféiculteurs jusqu'aux responsables locaux de Technoserve et aux experts café **Nespresso**, dans de nombreux formats de communication, dont un film de 30 secondes intitulé « Really George ? ».

George Clooney explique « *Mon travail avec Nespresso dépasse cette nouvelle campagne. Nous partageons un engagement en faveur du développement durable et de l'amélioration des conditions de vie des caféiculteurs et de leurs familles, car sans eux, nous ne pourrions pas déguster un café d'une telle qualité. Jouer à leurs côtés dans cette campagne est un véritable honneur.* »

L'engagement personnel de tous ces acteurs se révèle dans une série d'interviews disponibles sur le site web de **Nespresso** et sur les réseaux sociaux.

« Notre campagne « The Quest » est inspirée par le travail que **Nespresso** mène au quotidien pour proposer un café de très haute qualité durable » a déclaré Alfonso Gonzalez, Directeur Marketing de **Nespresso** au niveau mondial. « Il s'agit de la première campagne au cours de laquelle George interagit avec les véritables acteurs de notre chaîne de valeur :

*des caféiculteurs ou testeurs qualité aux experts café dans nos boutiques. C'est grâce à toutes ces personnes que **Nespresso** propose un café aussi extraordinaire. »*

Cette nouvelle campagne **Nespresso** est lancée le 17 octobre 2018 à la télévision, en digital sur le site de la marque et les réseaux sociaux, ainsi que dans les boutiques **Nespresso**.

Pour visionner les films, cliquez [ici](#).  
Des visuels et GIF animés sont disponibles sur demande.

#### **CONTACT PRESSE**

Claire Rénier– [crenier@webershandwick.com](mailto:crenier@webershandwick.com) – 01 47 59 56 50

#### **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 75 000 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 76 pays et compte plus de 13 500 collaborateurs. En 2017, l'entreprise gérait un réseau de plus de 700 boutiques. Pour plus d'informations, rendez-vous sur <http://www.nespresso.com> et sur <http://www.nespresso.com/entreprise>