



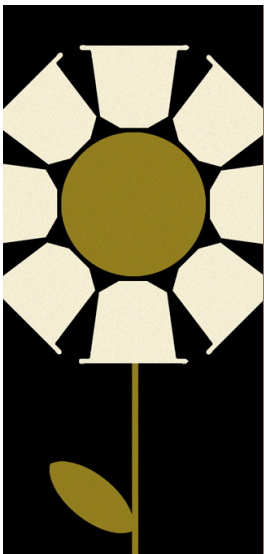
Communiqué de presse
Octobre 2015

Nespresso met en avant plus de 12 ANS D'ENGAGEMENT DURABLE grâce à une campagne présentant simplement et concrètement ses initiatives phares

Dans le sillage de ses campagnes de communication Les Experts en 2009 et La Quête du Geste Parfait en 2015 qui révélaient respectivement les secrets de fabrication des Grands Crus de café et son identité employeur, Nespresso fait une nouvelle fois valoir sa singularité et ses valeurs en tant qu'entreprise.

Cette troisième campagne de communication corporate présente en effet le plus clairement et concrètement possible quelques-uns des engagements sociétaux et environnementaux pris par Nespresso depuis plus de 12 ans.

Elle se décline en 8 annonces thématiques et se prolonge par un site internet pour le grand public. Quant au magazine interne « The BigNes » il se transforme cette année en un livre entièrement dévolu au développement durable.



« Nous avons commencé par collecter nos capsules usagées en Suisse en 1991 puis nous avons choisi d'intégrer le développement durable dans l'ensemble de notre chaîne de valeur en 2003. Depuis lors, nous multiplions les initiatives en ce domaine, agissant sur le terrain en France mais aussi au Soudan du Sud, en Colombie et plus largement partout où nous opérons. Que ce soit en matière de recyclage de nos capsules, de mise en œuvre de pratiques agricoles durables, de formation pour les fermiers avec lesquels nous travaillons ou de lutte contre le réchauffement climatique notamment, nous avons franchi un certain nombre d'étapes.

Nous sommes fiers des résultats que nous avons d'ores et déjà obtenus, même si nous considérons qu'il reste encore beaucoup à faire. Aussi, c'était une évidence de partager certaines de nos initiatives avec un plus large public. Nous espérons que cette campagne de communication va répondre aux interrogations des consommateurs, va retenir l'attention, peut-être les surprendre ou encore susciter le dialogue »

déclare Arnaud Deschamps, Directeur général de Nespresso France.

Une campagne publicitaire corporate qui mise sur la simplicité pour aller à l'essentiel

Cette nouvelle campagne de communication signée Nespresso fait écho aux engagements et investissements en matière de développement durable de l'entreprise et de ses partenaires (ONG, entreprises, éco-organismes, institutionnels) sur le terrain.

- En amont, dans les pays producteurs de café, ces initiatives ont comme objectif d'améliorer les conditions de vie des caféiculteurs, développer la production d'un café de très haute qualité et préserver voire restaurer l'écosystème.
- En aval, ils visent à assurer une gestion optimale des ressources nécessaires à son activité tout en limitant au maximum les impacts négatifs, dans une perspective d'économie circulaire.

Les consommateurs et experts des questions environnementales sont invités à découvrir une facette peu ou pas connue de Nespresso : une **entreprise responsable et durable** qui, depuis 2003, s'efforce de **réduire son empreinte environnementale**, de la cerise de café au recyclage des capsules et machines.

Les 7 thématiques traitées dans les 8 annonces :

- **Recyclage des capsules (2 annonces)** – Il n'y a pas mieux que l'aluminium pour conserver le café, à condition de savoir le jeter – En France, on n'a pas de caféiers, mais on sait recycler.
- **Réparation des machines** – Si une capsule usagée, ça se recycle, une machine à café, ça se répare.
- **Biodiversité grâce au partenariat avec Rainforest Alliance** – C'est en préservant la biodiversité que l'on produit toujours plus de café.
- **Agroforesterie** – Pour récolter les meilleurs cafés, il faut planter des milliers d'autres arbres.
- **Formation des fermiers** – Si nous formons nos caféiculteurs à la taille des caféiers, ce n'est pas pour la forme.
- **Rémunération des caféiculteurs** – Si les meilleurs caféiculteurs travaillent pour nous, c'est aussi parce qu'ils sont mieux payés.
- **Fonds d'épargne retraite mis en place pour les caféiculteurs colombiens** – Produire durablement aujourd'hui, c'est aussi prévoir les futures retraites de nos caféiculteurs.

Produire durablement aujourd'hui, c'est aussi permettre aux caféiculteurs d'épargner pour demain.

Nous insistons sur la qualité de la relation que nous entretenons avec les producteurs de café d'exception. Depuis 2014, nous coopérons avec les fermiers Colombiens et l'Institut International pour mettre en place un plan d'épargne retraite novateur. Plus de 850 agriculteurs ont choisi d'investir leurs primes dans leur future retraite et les premières épargnes ont été versées sur les comptes en banque en mai 2015. Pour en savoir plus sur les démarches de notre entreprise rendez-vous sur nespresso.com/entreprise.



NESPRESSO

Il n'y a pas mieux que l'aluminium pour conserver le café, à condition de savoir le jeter.

Nous avons créé une filière de recyclage des petits emballages en aluminium dans 5 départements qui permet à nos membres du Club de jeter leurs capsules, chez eux, dans leur bac de tri sélectif, ainsi qu'un réseau de 5 500 points de collecte de capsules usagées dans toute la France. Pour en savoir plus sur les démarches de notre entreprise rendez-vous sur nespresso.com/entreprise.



NESPRESSO

Pour récolter le meilleur café il faut planter des milliers d'autres arbres.

Nous aidons les producteurs de café à travers le monde à planter des arbres autour et dans les champs de café pour que les caféiers puissent profiter d'ombrage et de soins régénérés. De plus la présence de ces arbres apporte de multiples bénéfices aux fermiers et à l'environnement, tout en préservant les récoltes de café d'exception. Pour en savoir plus sur les démarches de notre entreprise rendez-vous sur nespresso.com/entreprise.



NESPRESSO

Cette campagne corporate respecte l'exigence et la spécificité de la démarche de l'entreprise Nespresso.

- Chaque annonce est conçue comme une épure et met en scène la capsule, icône de la marque.
- Le traité graphique est volontairement minimaliste pour accentuer la lisibilité des informations.
- Les accroches sont simples, directes, sans tournures superflues, de l'ordre du bon sens mais avec de l'esprit.
- Les textes résumant chaque initiative sont clairs, précis et émaillés d'informations tangibles et vérifiables (chiffres, partenariats...). Ils renvoient vers le nouveau site Nespresso Entreprise Durable (www.nespresso.com/entreprise) pour plus de détails.

La campagne publicitaire sera déployée dans les quotidiens nationaux, les news magazines, la presse économique, environnement et développement durable à partir du 2 novembre 2015.

Un site internet pour révéler les engagements de l'entreprise en matière de RSE

Pour compléter les informations délivrées par les annonces publicitaires, Nespresso a développé, un nouveau site internet www.nespresso.com/entreprise.

Privilégiant l'immersion du visiteur, il propose 4 rubriques : Recyclons ! ; Café responsable ? ; Initiatives et co-crétions ; Engagements & résultats.

La page d'accueil fait la part belle aux actualités de l'entreprise, et un FAQ permet de trouver toutes les réponses à ses questions.

Côté pratique, les internautes peuvent aisément repérer le point de collecte des capsules usagées le plus proche de leur domicile ou vérifier si dans leur ville, il est possible de les jeter dans le bac De tri sélectif.

Côté design, la simplicité et la clarté sont la règle. Infographies, vidéos et photos viennent largement enrichir le propos.

Une édition spéciale du magazine interne car le développement durable est l'affaire de tous les collaborateurs Nespresso

Chez Nespresso, le développement durable, tout comme le service ou la qualité, est l'affaire de tous et ce à plus d'un titre ! D'abord parce que la filiale française est fortement mobilisée en faveur du recyclage de ses capsules usagées, de ses machines ou encore de la réduction de sa consommation énergétique.

Mais aussi parce qu'avec plus de 1 000 employés (sur 1 300 au total en France) quotidiennement en contact avec ses clients, être en mesure de partager, d'expliquer et d'échanger sur ce sujet est indispensable.

C'est pourquoi, en amont de sa campagne publicitaire, Nespresso a souhaité consacrer le 4^{ème} numéro de The BigNes, son magazine interne annuel, à cette thématique à travers 4 cahiers : **S'engager, Régénérer, Economiser, Recycler.**



Le développement durable n'est ni nouveau, ni récent chez Nespresso puisqu'il fait partie intégrante de son modèle économique

De la cerise de café au recyclage de ses capsules et machines, Nespresso ancre le développement durable au cœur de ses décisions et activités depuis de nombreuses années déjà. L'objectif est ambitieux et est envisagé sur la durée : offrir une tasse de café de la plus haute qualité possible dans le respect des grands enjeux environnementaux, seul gage de croissance, de pérennité et de création de valeur partagée pour tous. Une démarche exigeante, formalisée et évaluée dans son approche The Positive Cup, au terme de laquelle Nespresso espère produire autant de ressources qu'elle en consomme à l'horizon 2020.

A propos de Nestlé Nespresso SA

Nestlé Nespresso SA est le pionnier et la référence sur le marché du café portionné haut de gamme. Basé à Lausanne, en Suisse, Nespresso est présent dans 62 pays et compte plus de 10 500 collaborateurs. En 2014, l'entreprise gérait un réseau de distribution international de plus de 400 boutiques exclusives. Pour plus d'information, rendez-vous sur le site www.nestle-nespresso.com

Service de presse Nespresso

Demande de visuels et/ou d'informations complémentaires

Michèle Berne • mberne@webershandwick.com • Tél : 01 47 59 56 31

Hélène Boyer • hboyer@webershandwick.com • 01 57 59 56 39