

UNE COMMUNAUTÉ MONDIALE ATTACHÉE À LA MARQUE



© Nestlé Nespresso SA, Corporate Communications, Avril 2015

Pour plus d'informations sur *Nespresso*, rendez-vous sur notre site :
www.nestle-nespresso.com

**Les Membres du Club *Nespresso*
sont les véritables
ambassadeurs de la marque.**

L'un des atouts les plus précieux de *Nespresso* est sa communauté mondiale de Membres du Club enthousiastes, qui s'engagent aux côtés de la marque et partagent avec leur entourage les plaisirs de la dégustation d'un Grand Cru. Les relations directes que *Nespresso* développe à travers son Club lui permettent de dialoguer quotidiennement avec des dizaines de milliers de passionnés de café et inconditionnels de la marque. *Nespresso* se nourrit de ces interactions pour délivrer des expériences d'un café d'exception. C'est ainsi que la marque leur propose des services personnalisés accessibles dans ses boutiques, via ses Centres de Relations Clients ou encore sur son site Internet.

**La communauté *Nespresso*
sur Facebook réunit désormais
plus de 3 millions de fans.**

NESPRESSO, UNE MARQUE À LAQUELLE ON ADHÈRE

Le Club *Nespresso* a naturellement grandi au fil du temps pour devenir une communauté mondiale, comptant dans ses rangs certains des plus grands connaisseurs de café. Cette dernière a joué un rôle certain dans l'évolution de la culture du café à travers le monde, tout en lui donnant une identité locale. A l'image de la marque et d'un certain style de vie, les Membres du Club *Nespresso* sont sélectifs mais accueillants, doués mais inspirés, simples mais raffinés.

Pourtant, le Club *Nespresso* n'est pas vraiment un club comme les autres. En plus de diffuser des conseils à ses Membres, *Nespresso* leur permet d'en apprendre plus sur les cafés proposés, enrichissant l'expérience qu'ils sont en train de vivre. Beaucoup ignorent que *Nespresso* est une marque que les Membres souhaitent rejoindre, pour en faire une partie intégrante de leur mode de vie.

L'enthousiasme des fans de la marque a généré une communauté mondiale d'ambassadeurs passionnés. Plus de 50% des nouveaux Membres découvrent l'univers *Nespresso* grâce à des amis ou à leur famille, un atout unique pour la marque.

LE SENS DE L'ENGAGEMENT

La communauté mondiale que *Nespresso* a su fédérer autour de sa marque offre aux Membres du Club l'opportunité unique d'interagir avec elle et d'échanger avec d'autres amateurs de café. Ils deviennent alors des acteurs à part entière de la culture de marque et du succès de *Nespresso*. Leur fidélité sans faille en fait les meilleurs porte-parole de la marque. Ce processus d'engagement mutuel entre le consommateur et la marque, et entre la marque et le consommateur, constitue un véritable gage de réussite au 21^e siècle.

A titre d'exemple, 2013 a vu la diffusion du 8^{ème} opus de la campagne publicitaire George Clooney. Ce sont les Membres qui l'ont choisi comme Ambassadeur de la marque en 2004. Son charme et son humour ont constitué la clef de voûte de cette campagne renommée. Une campagne plus récente a sollicité l'implication des consommateurs en ligne. Depuis 2013, en partenariat avec Google et son réseau social YouTube, *Nespresso* a décliné ses spots TV avec George Clooney et Matt Damon sur le web, où les internautes peuvent découvrir des vidéos, dont celle de George Clooney parlant de développement durable. Ce mode de communication participative privilégie l'expérience consommateur et contribue à positionner *Nespresso* comme une marque inclusive et désirable.

La communauté *Nespresso* sur Facebook a dépassé le seuil des 4 millions de fans. Elle offre une opportunité de plus de s'investir dans la marque, d'en faire une partie intégrante du quotidien des Membres et de partager avec d'autres l'enthousiasme qu'elle leur inspire.

UNE MARQUE RECONNUE D'ENVERGURE INTERNATIONALE

En l'espace de 28 ans, *Nespresso* est devenue l'une des marques les plus reconnues au plan mondial dans l'univers du café, synonyme de raffinement, de passion, d'authenticité et de service. Son esprit entrepreneurial associé à sa vision de l'innovation continuent de marquer les esprits. Bien plus qu'un simple café, *Nespresso* est désormais le symbole de l'élégance discrète.

En plaçant le consommateur au cœur de la marque et de son développement, *Nespresso* a su gagner la reconnaissance d'experts internationaux de premier plan.

- *Nespresso* a rejoint le Top 100 des marques les plus influentes en devenant numéro 1 dans sa catégorie. *Nespresso* a aussi été la première marque de café moulu à acquérir un statut mondial, comme en témoigne le classement de l'institut Millward Brown en 2008.
- En 2010, à l'issue d'une étude menée par le Reader's Digest dans 16 pays, *Nespresso* a été consacrée numéro un de la catégorie European Trusted Coffee Brand.
- Plébiscitée par les professionnels, la campagne George Clooney a décroché le prestigieux Prix EFFIE en France (récompensant l'efficacité d'une campagne) et à l'échelle européenne:
 - Prix EFFIE France, 2009 (Grand Prix);
 - Prix EFFIE France, 2009 (Premier Prix de la catégorie Alimentation & Boisson);
 - EURO EFFIES, 2010 (Bronze).