

NESPRESSO®



Marketing durable
Prof. Dr. Olivier Furrer
Ass. dipl. Melanie Boninsegni

Groupe 4

Bobbià Eleonora
Fenoarisoa Maya Valérie
Petuma Henao Luisa Fernanda

TABLE DES MATIÈRES

1. Présentation de l'entreprise
2. Présentation des activités durables de l'entreprise
3. Le cadre du programme durable
4. Le coût réel des produits
5. Politiques de prix et durabilité
6. Conclusion



1. Présentation de l'entreprise

a. Données et chiffres clés



CRÉATION

Fondé en 1986 par Nestlé
Siège : Lausanne



EMPLOYÉS

13,500 personnes



CHIFFRE D'AFFAIRE

CHF 13,716 en 2018



PRODUITS

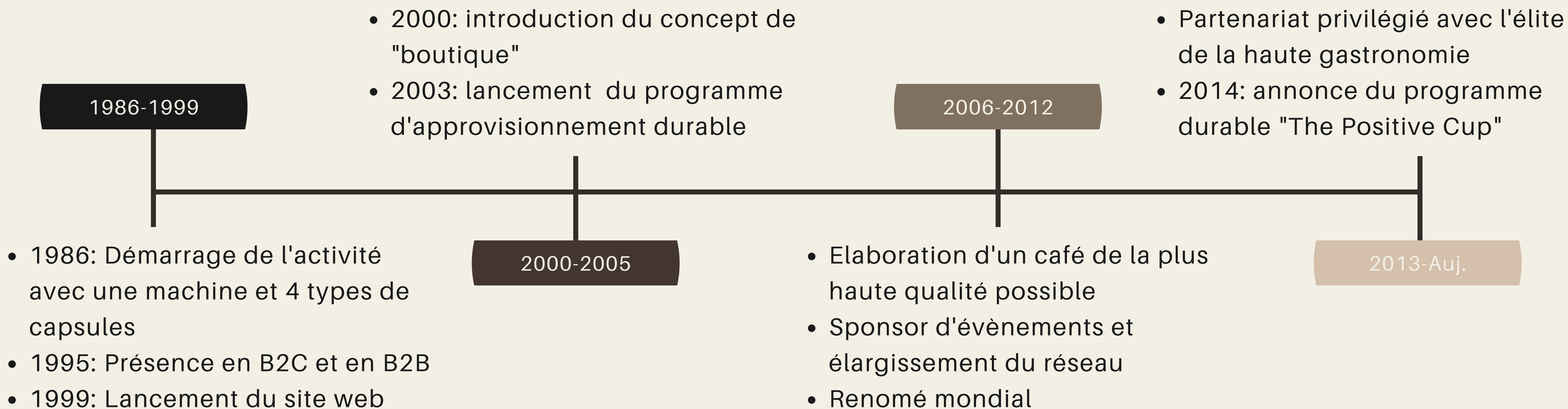
40 types de machines
50 types de capsules



PRÉSENCE

58 pays
450 boutiques
1 boutique en ligne

b. Histoire



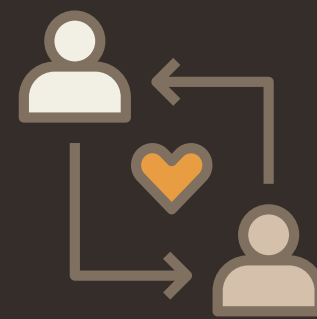
c. Stratégie



Créer des cafés
"Grand Cru" de la
plus haute qualité



Établir des relations
durables avec les
consommateurs



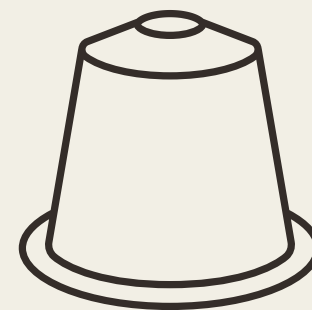
Exploiter
l'entreprise de
manière durable



2. Programme de durabilité



Café



Aluminium



Climat

a. Café

Le programme « AAA Sustainable Quality » est basé sur trois éléments :

1. Un engagement ferme en faveur de la qualité
2. Un soutien pratique à la productivité
3. Une durabilité sociale et environnementale

- Etude menée par le CRECE entre 2009 et 2011 a évalué l'impact du programme
- Avec une analyse des conditions environnementales, sociales et économiques.
- Conclusion: les producteurs fournisseurs de Nespresso ont des indices plus positifs que les autres producteurs de café.



hgomes1@me.com

b. Aluminium

- Choix de l'aluminium: préserver le goût du café
- Engagement particulier en matière d'approvisionnement et de recyclage
- Utilisation circulaire de l'aluminium après usage
- Avec l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) : développement d'une norme mondiale pour la production et l'approvisionnement durables en aluminium
- La création de l'ASI (Aluminium Stewardship Initiative) pour développer un programme de certification et développer des impacts positifs sur les communautés, la biodiversité et le climat
- Les membres qui adhèrent à l'ASI ne sont pas tenus à suivre strictement ces principes.



c. Climat



- 65% du volume de café Arabica sont menacés par le changement climatique.
- Travail direct entre les agriculteurs et Nespresso pour réduire l'impact environnemental de chaque tasse de café.
- Les usines Nespresso, le canal de distribution et les boutiques soumis à des améliorations de leur performance environnementale
- Utilisation d'énergie thermique et de panneaux photovoltaïques pendant la fabrication
- Des machines à café robustes, réparables et efficaces sur le plan énergétique avec mode veille automatique pour être durable
- Pour cette durabilité mise en place de services d'assistance et d'un système de « remise à neuf » des machines d'occasion
- Les machines à café Nespresso sont potentiellement recyclables jusqu'à 95 % du poids

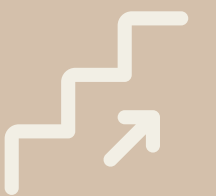
3. Le cadre du programme durable



La réalisation la Triple Bottom Line, avec comme résultat concrète à savoir augmenter leur impact positif du 52% en plantant des arbres.

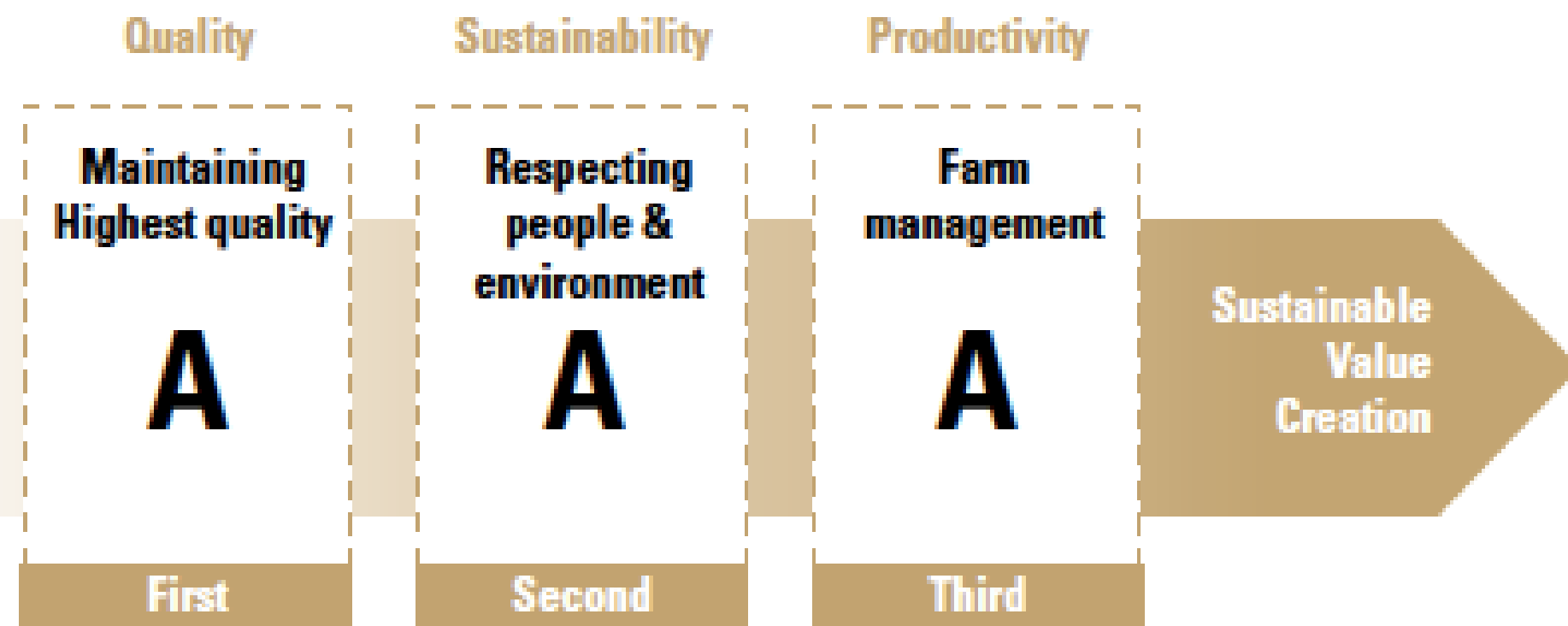
Alliance avec Forestrain Alliance

Innovation de produit, changement dans la chaîne de production



a. Programme

The Nespresso AAA Sustainable Quality Program



Objectifs

- Garder la qualité
- Respecter l'environnement
- Augmenter les conditions de vie des agriculteurs

Source: Nestlé Nespresso



b. Les problèmes

1. Garder le standard




Rapport label responsable - qualité



Promotion produit

2. Performance du programme



Faible augmentation des conditions de vie de 22,6 %

3. Brand-image



Choix de partenaire: Rainforest n'est pas le label le plus fiable selon WWF



Communication: annonce des projets durables par Nespresso vs. par le Label

4. Le coût réel des produits

a. Les coûts externalisés



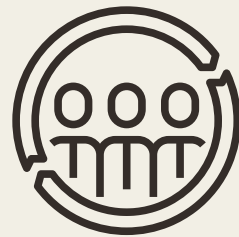
Coût environnemental

eau potable polluée, sols infertiles, émission de CO2



Coût Sanitaire

effet négatif du café : troubles cardiaques, hypertension, diabète, ...



Coût humain

exploitation des agriculteurs, niveau de vie, santé,



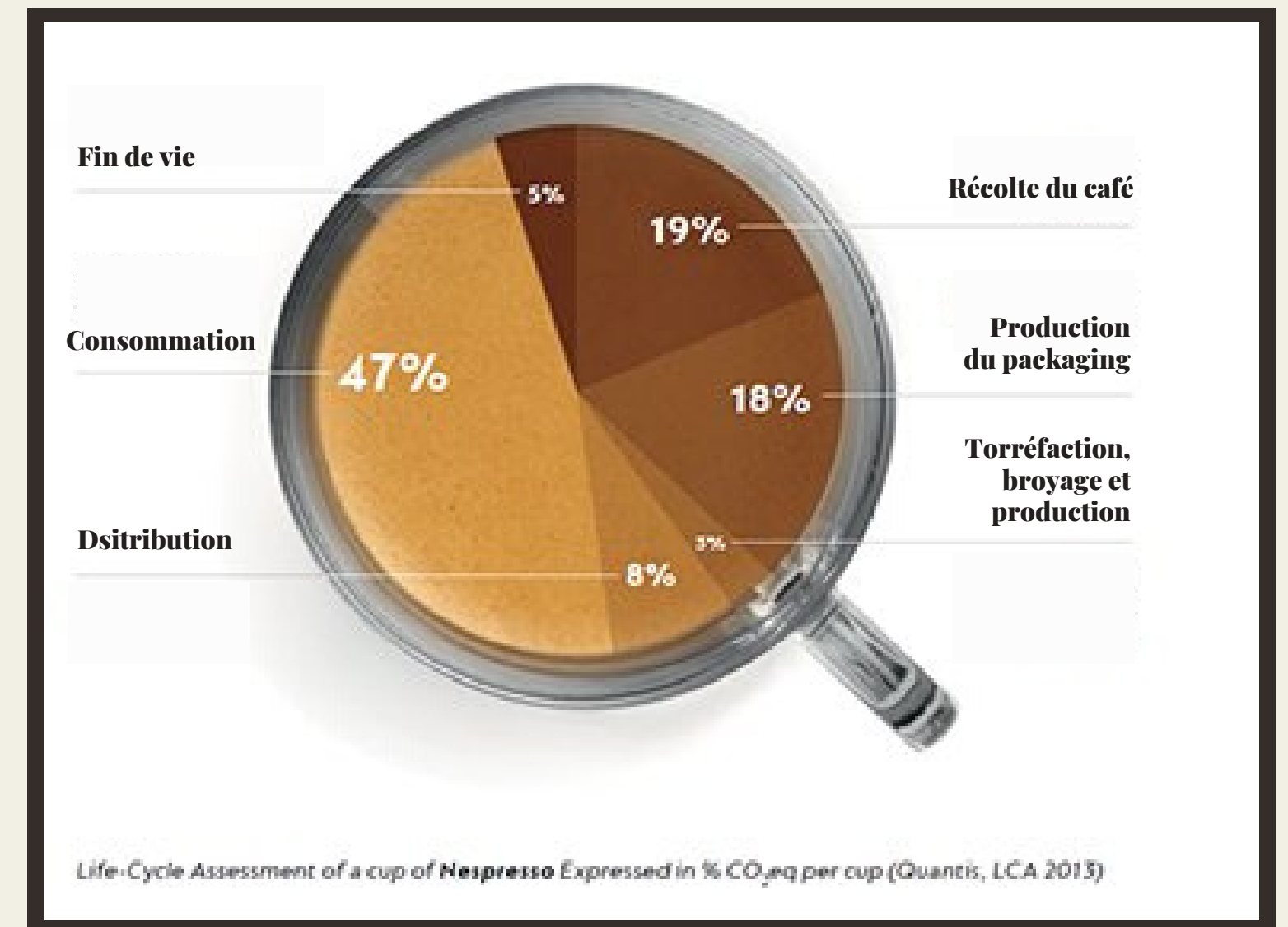
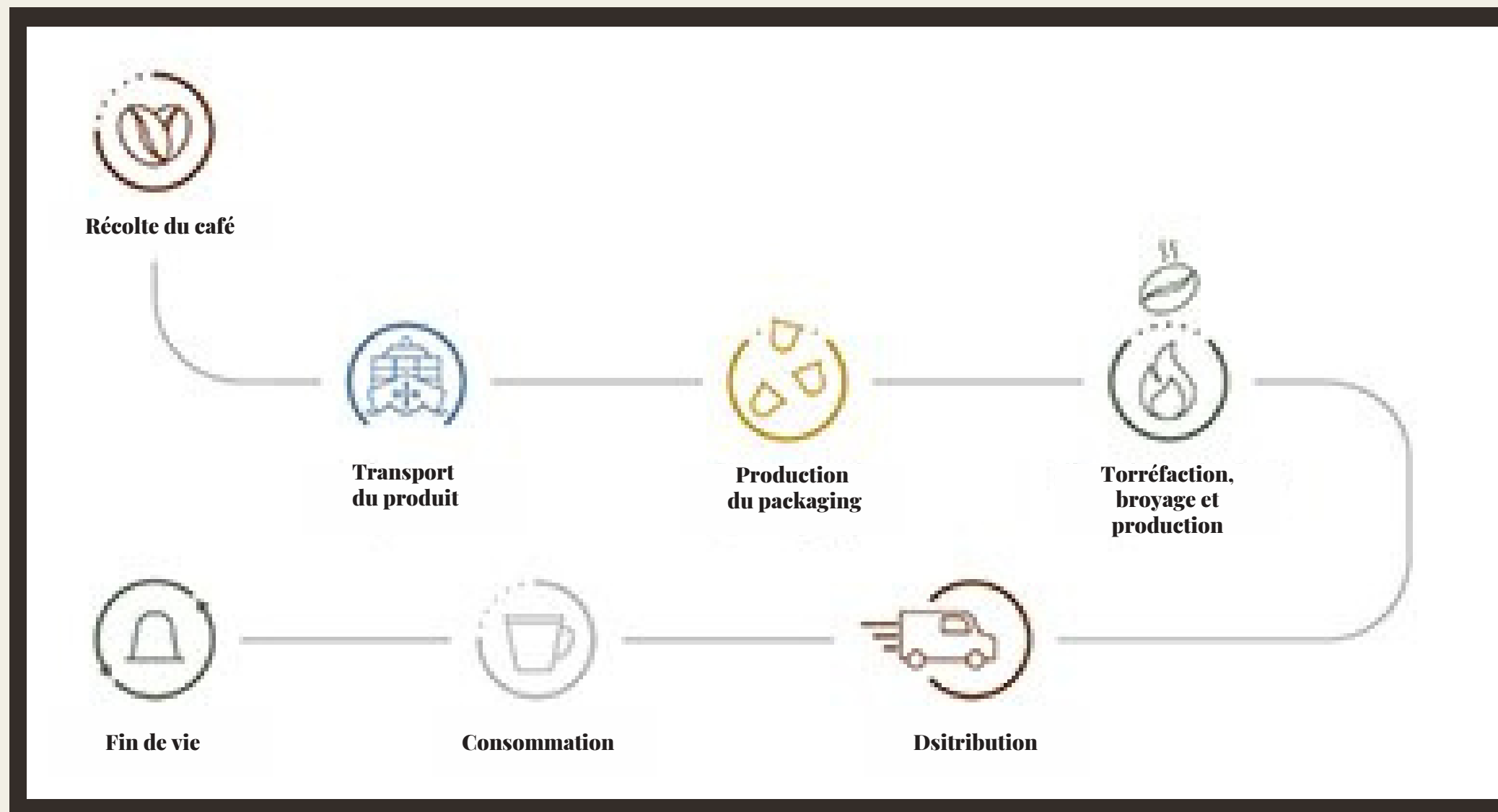
Subventions

les Etats fournissent des aides pour les impacts des autres coûts

Ecolaboration

Mais Nespresso va au-delà du carbone, en prenant des mesures pour améliorer son impact environnemental au sens large dans toute l'entreprise, des agriculteurs aux consommateurs.

b. Le coût total du cycle de vie complet des produits



Source: Nestlé Nespresso, 2018

c. Coût total d'un produit



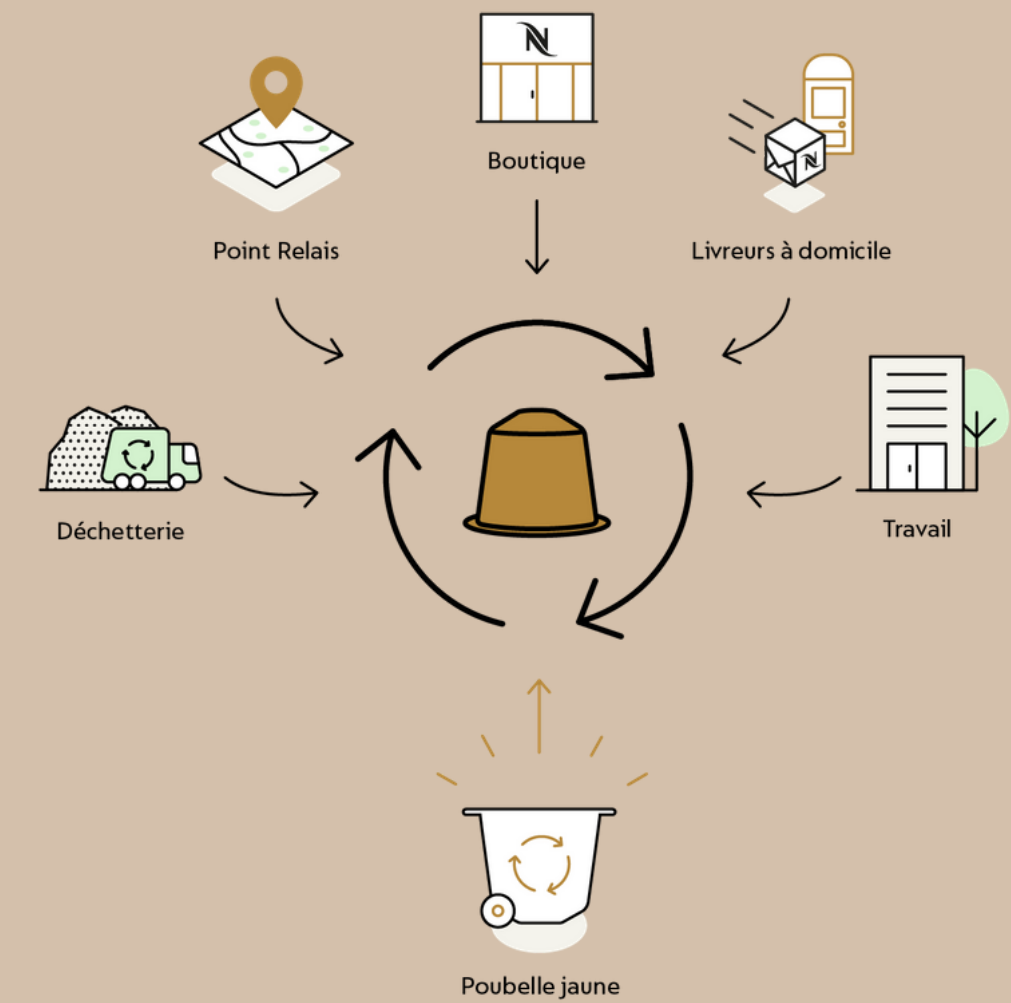
Estimation des différents coût de production des différents types de grains

Type	Premier Prix	100% Arabica	Mélange Italien	Pure Origine	Specialty Coffee	Bio Équitable
Prix moyen par tasse (7g)	0,08€	0,13€	0,11€	0,14€	0,15€	0,16€
Prix moyen au kilo	12€	18€	16€	20€	21€	23€

Anne-Sophie, 2020

- Coûts d'achat: Prix d'une capsule en :
 - En B2C de 0.48 € à 0.81 €
 - En B2B de 0.49 € à 0.55 €
- Coûts d'utilisation: Prix d'une machine en:
 - En B2C de 113 € à 550,50 €.
 - En B2B de 1200€ à 5000€ avec maintenance, assistance, remplacement
- Coûts d'entreposage: Nespresso Shop

Coûts de recyclage: Recyclage des capsules



Source: Nestlé Nespresso

d. Natural Step Framework

- 1. Un prix qui intègre les coûts de l'élimination ou la compensation des émissions de gaz à effet de serre, la récupération et la réutilisation des métaux et des matières plastiques:** La démarche AAA Sustainability Quality, utilisation d'outil pour diminuer les émissions de CO2.
- 2. Un prix qui n'intègre pas l'utilisation systématique et l'élimination des nouveaux composés synthétiques:** Le système de recyclage des capsules en aluminium.
- 3. Un prix qui ne se repose sur la dégradation systématique des systèmes naturels de la Terre, comme les forêts, les rivières et la pêche :** Collaboration avec des organisations écologiques tel que Rain-Forrest Alliance.
- 4. Un prix qui ne comprend pas l'exploitation et les mauvais traitements des travailleurs:** Relations de proximité avec les caféiculteurs pour assurer leur conditions de vies par des formations et des aides techniques et financiers



Prix moyen au kilo du café des plus grandes marques

Type de café	Prix moyen au kilo
Grains (7g)	15€
Capsules Nespresso (5gr)	62 €
Capsules compatibles Nespresso (5gr)	56 €
Dosettes Dolce Gusto (7gr)	57 €
Dosettes ESE (7gr)	30 €
Dosettes Senseo (7gr)	23€
Dosettes Tassimo (7gr)	60 €
Capsules Delta Q (7gr)	46 €

Anne-Sophie, 2020

5- Politique de prix et durabilité

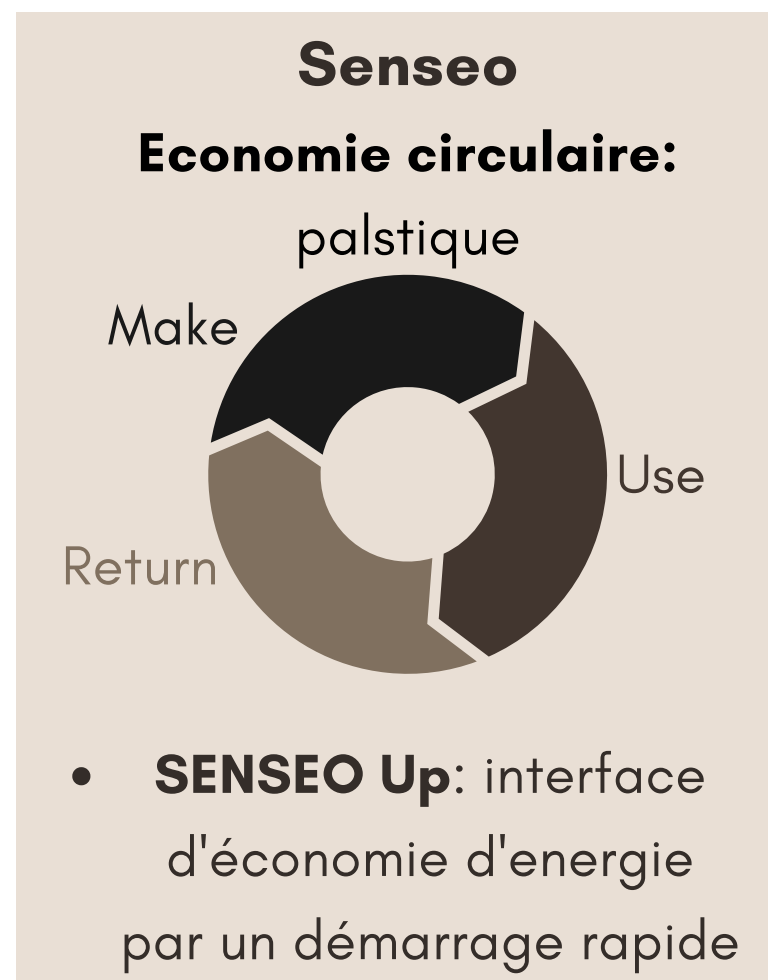
a. Prix de prestige

Il s'agit donc d'inclure dans un système de fixation de prix durable:

- Le coût des externalisés
- Le coût total du cycle de vie des produits

Permet à Nespresso de mettre un **Prix de Prestige**

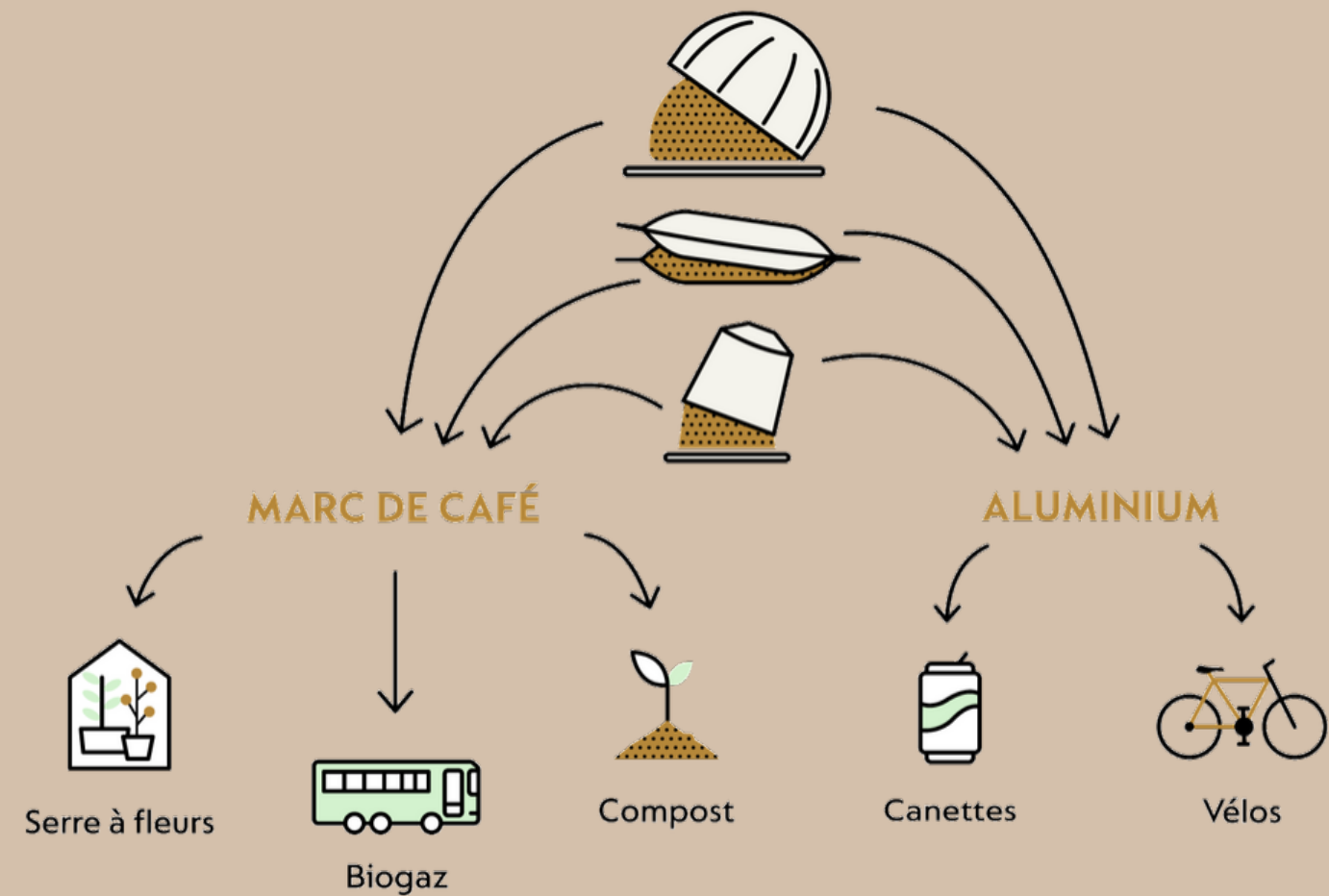
Positionnement: luxe et haut de gamme car Nestlé a aussi Nescafé





b. Monnaies alternatives

Situation actuelle



Situation alternative



6- Conclusion

- Bon équilibre entre prix et durabilité : dépasser les frontières de concurrence et prix prestige.

- Résultats :

- Diminution d'empreinte écologique, baisse de 19% en 7 ans (2009-2016),
- Augmentation du nombre des fans de Nespresso sur Facebook de 0.2 à 5.7 millions
- Augmentation du nombre de consommateurs et de son chiffre d'affaires.

- Pas d'information sur pourcentage de capsules recyclés
- Augmentations que de 22.6 % en 14 ans (2003-2017) des conditions de travail des agriculteurs



Négatif

Positif

Peu de
transparence

Performance
lente

Dépassement
barrière

Diminution
empreinte
écologique

Augmentation
"fan"



Variations 2009

11/11/2009 - 20/11/2009

Merci !

Bibliographie

- Achabou M., Dekhili, S. (2014). Eco-labelling brand strategy: independent certification versus self-declaration. *European Business Review*. 26. 10.1108/EBR-06-2013-0090.
- Abedi V.S. (2013) , *Managing Operations of a New Product or Service Introduction*, University of Toronto
- Alrayees, N. (2018). Business Sustainability at Nespresso. *Journal of Economics, Management and Trade*, 20(3), 1-6. P.3
- Anne-Sophie, 2020: "Quel est le prix du café?", Maxi coffee.
- Asselineau A., Pire Lechalard P. (2008) *Développement durable et entreprise responsable, une voie pour l'innovation de rupture ?* C.E.E, Chaiers de recherche, août, résumé, p.3-21
- Centre for Regional Entrepreneurial and Coffee Studies (CRECE) (2012), *Executive Summary CRECE's Monitoring & Evaluation Study on the Nespresso AAA Sustainable Quality Program in Colombia*. Repéré à : <http://www.crece.org.co/es/policy-briefs-2/> (dernière consultation : 22.04.2020).
- Dekhili S., Achabou M. A. (2014), *Eco-labelling brand strategy* Doi 10.1108/EBR-06-2013-0090
- Egreenews, 2015: "Creating value with sustainability: SENSEO Up"
- Francesca Vincentini, 2015: "Nespresso Business Model Innovation", Link Campus University, Rome, Italie.
- Gunther M. (2015), *The good, the bad and the ugly guy: Sustainability at Nespresso*. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/may/27/nespresso-sustainability-transparency-recycling-coffee-pods-values-aluminum> (dernière consultation : 22.04.2020).
- Hélène Baribeau, 2013: "La caféine et ses effets néfastes sur la santé", Québec, Canada.
- *Independent certification versus self-declaration*, *European Business Review* Vol. 26 No. 4, 2014 pp. 305-329 , p.306
- Kevin Morgan, Terry Marsden, Jonathan Murdoch, 2006: "Worlds of Food: Place, Power, and Provenance in the Food Chain", OUP Oxford, UK, London.

Bibliographie

- Le monde, 2012: "What else ? Ben ça coûte vachement plus cher, George"
- Marion Nestle, 2011: Food is cheaper because costs are "externalized", San Francisco Chronicle, USA, San Francisco.
- Nespresso : "Life Cycle Analysis - Reducing our footprint, one step at a time".
- Nespresso, 2013: factsheet "Improving our environmental impact from the cherry to the cup"
- Nespresso. Où trier votre capsules Nespresso? Nespresso Site Entreprise. Nespresso.com
<https://www.nespresso.com/entreprise/recyclage/ou-trier-vos-capsules-nespresso>, (dernière consultation : 22.04.2020).
- Nespresso entreprise : <https://www.nespresso.com/entreprise>, (dernière consultation : 22.04.2020).
- Nestle Nespresso: <https://www.nestle-nespresso.com/> , (dernière consultation : 22.04.2020).
- Nestlé Nespresso SA (2016), Corporate Backgrounder. Repéré à : <https://www.nestle-nespresso.com/about-us/facts-and-figures>
(dernière consultation : 22.04.2020).
- Philips : "Decoupling growth from resource consumption"
- Philips : "SENSEOOriginal goes the extra mile to use recycled plastics"
- Terracycle.com : "The Tassimo® & L'OR® Recycling Programme"
- Value chain Generation. From Business Model to Value Chain Impact: Revisiting the Nespresso Case.
<https://valuechaingeneration.com/2011/12/28/from-business-model-to-value-chain-impact-revisiting-the-nespresso-case/> , (dernière consultation : 22.04.2020).
- WWF. Guida WWF: quanto è sostenibile il marchio RainForest Alliance? WWF Svizzera. <https://www.wwf.ch/it/guida-marchi-alimentari/rainforest-alliance> , (dernière consultation : 22.04.2020).