

## EN PORTADA



Vincent Termote Director general de Nespresso Iberia

Un café entre las marcas de lujo

Por **Fernando Montañés**

**Vincent Termote es todo un experto en marcas de lujo, desde LVHM a Biotherm, una experiencia que ha trasladado al mundo del café con Nespresso. La marca de Nestlé es un nuevo modelo de estrategia de negocio que rompe los esquemas clásicos de los productos de consumo masivo para lograr que los consumidores se hagan socios de un club exclusivo que se encarga de proveerles el producto, ayudarles en sus posibles dudas y atenderles en sus deseos y necesidades. La entrevista se realiza precisamente en una de las elegantes y lujosas boutiques Nespresso, acompañados de Reto Bruegger, director comercial internacional para el sur de Europa y América.**

**Además de la publicidad y el CRM, ¿qué otras técnicas de comunicación emplean?**

Las relaciones públicas son muy importantes. Contamos con Weber Shandwick, que asegura la coherencia internacional de los mensajes. También el patrocinio, como la Copa América de Vela y actividades en campeonatos de golf, polo y otros deportes que congregan un público de líderes de opinión como el que buscamos. También estamos en el arte, la decoración, la moda. Y tenemos un importante plan de degustaciones y eventos para que el público pueda probar personalmente la superioridad del café.

Un buen ejemplo es el espectáculo de presentación de las máquinas CitiZ en Madrid, diseñado por **Luc Petit**, el coreógrafo del Circo del Sol, y al que asistieron más de 600 invitados.

Se hizo en colaboración con la **agencia Bananas** y muestra cómo proporcionamos experiencias. Se trata del lanzamiento de toda una gama de ocho máquinas desarrolladas a partir de los deseos que nos han transmitido los socios del Club: unas más compactas, otras con leche, otras dobles para preparar más café al mismo tiempo. Y todas con un diseño inspirado en las grandes ciudades, que permite que las puedas poner en el salón o en la habitación de un hotel. Es un lanzamiento que nos permitirá mantener el liderazgo de máquinas de café expreso. Cuando eres el número uno, debes trabajar y entrenarte como si fueras el segundo para seguir creciendo.