

Pressmeddelande 2011-01-12



ZOÉGAS fortsätter driva kaffemarknaden

ZOÉGAS fortsätter driva kaffemarknaden framåt under 2011. I Sverige lanseras ett nytt designkoncept med förpackningar som sticker ut ännu mer, man tar hjälp av konsumenterna i produktutvecklingen och fokuserar mer på det växande segmentet hela bönor. Efter tillväxt i Norge lanseras nu ZOÉGAS även i Danmark.

ZOÉGAS har nått stora försäljningsframgångar under de senaste tio åren genom att konsekvent satsa på högkvalitativa kaffebönor som tål mörkrostning och ger ett fylligt och smakrikt kaffe. För tio år sedan stod ZOÉGAS för 14 procent av marknaden för bönkaffe i Sverige, i dag har ZOÉGAS ökat sin värdeandel till 24 procent. Under 2010 har ZOÉGAS stått för merparten av ökningen av marknaden för bönkaffe i Sverige. Nu följer ZOÉGAS upp framgångarna med ytterligare satsningar under 2011.



– ZOÉGAS ska fortsätta att driva kaffemarknaden framåt i Sverige. Vi ser en stark tillväxt på kring en procentandel per år, vilket är ett gott betyg från konsumenterna! Nu vill vi växa 50 procent i volym och vår målsättning är 30 procents marknadsandel av bönkaffe i Sverige, säger Anders Carlsson, nordisk chef på Nestlé för kaffedivisionen.

Två av vårens stora nyheter är att alla ZOÉGAS 26 kaffeförpackningar lanseras i ny design som ännu tydligare signalerar högsta kvalitet samt att man intensifierar dialogen med konsumenterna och tar hjälp av dem i produktutvecklingen. Först ut i hyllan med ny förpackning är ZOÉGAS INTENZO som också fått nytt recept med en mer intensiv smak. En smak som tagits fram efter önskemål från ZOÉGAS konsumentpanel med trogna ZOÉGAS-drickare.

– Vi blir ännu mer konsumentdrivna för vi vet att det är i kommunikationen med konsumenterna som framgångarna ligger. ZOÉGAS vägrar kompromissa med kaffekvaliteten och i stället tar vi hjälp av konsumenterna för att kunna ta fram kaffe som är anpassat efter deras önskemål både som livsstilsmarkör och utifrån smakpreferenser, säger Anders Carlsson.

ZOÉGAS växer även utanför Sverige. Sedan några år finns ZOÉGAS i Norge där man har en liten del av marknaden men ser en stark tillväxt, och 2011 lanseras ZOÉGAS även på

den danska marknaden. Nestlé ser på Norden som en intressant marknad eftersom vi här har hög kaffekonsumtion och ställer höga krav på kaffekvalitet. Nestlé Norden har också en fördelaktig position med starka varumärken i de växande segmenten mörkrost, hela bönor, instant samt kapselmarknaden med ZOÉGAS, NESCAFÉ, NESPRESSO och NESCAFÉ DOLCE GUSTO.

– Vår ambition är att Nestlé Norden ska vara Nordens största kaffehus och förnyelsearbetet med ZOÉGAS utseende och sortiment är en del i det arbetet, säger Anders Carlsson.

Bild på Anders Carlsson bifogas i utskicket, för mer information kontakta:

Anders Carlsson, nordisk chef på Nestlé för kaffedivisionen

Tel. +45 3546 0123 eller +45 23 21 25 44 anders.carlsson@dk.nestle.com

Ulrika Wallberg, marknadschef ZOÉGAS Nestlé Sverige AB

Tel. 042-19 33 62 eller 070-525 66 89, ulrika.wallberg@se.nestle.com

Marie Louise Elmgren, informationschef Nestlé Sverige AB

Tel: 042-19 91 27 eller 070-340 92 85, marielouise.elmgren@se.nestle.com

ZOÉGAS grundades 1886 i Helsingborg av italienaren Carlos Zoéga. Familjen Zoéga sålde företaget till Nestlé på hundraårsdagen 1986. ZOÉGAS är ledande på marknaden för mörkrostat kaffe, en rostning som ger kaffet en kraftfull arom med fyllig eftersmak. ZOÉGAS kaffe är baserat på högkvalitativa Arabica-bönor för en rik smakupplevelse. www.zoegas.se