

Nespresso amplia e lança Pixie

por Andréa Valerio

A Nestlé Nespresso amplia sua linha de produtos e lança a Pixie, máquina de café expresso que permite que seus usuários minimizem o consumo de tempo, espaço e energia e façam uma xícara de café considerada perfeita.

De acordo com Amanda Capucho, gerente de marketing da empresa, a Pixie é uma solução contemporânea ultracompacta que reúne funcionalidade, rapidez e design inovador, além da preocupação com sustentabilidade e com a perfeição do café.

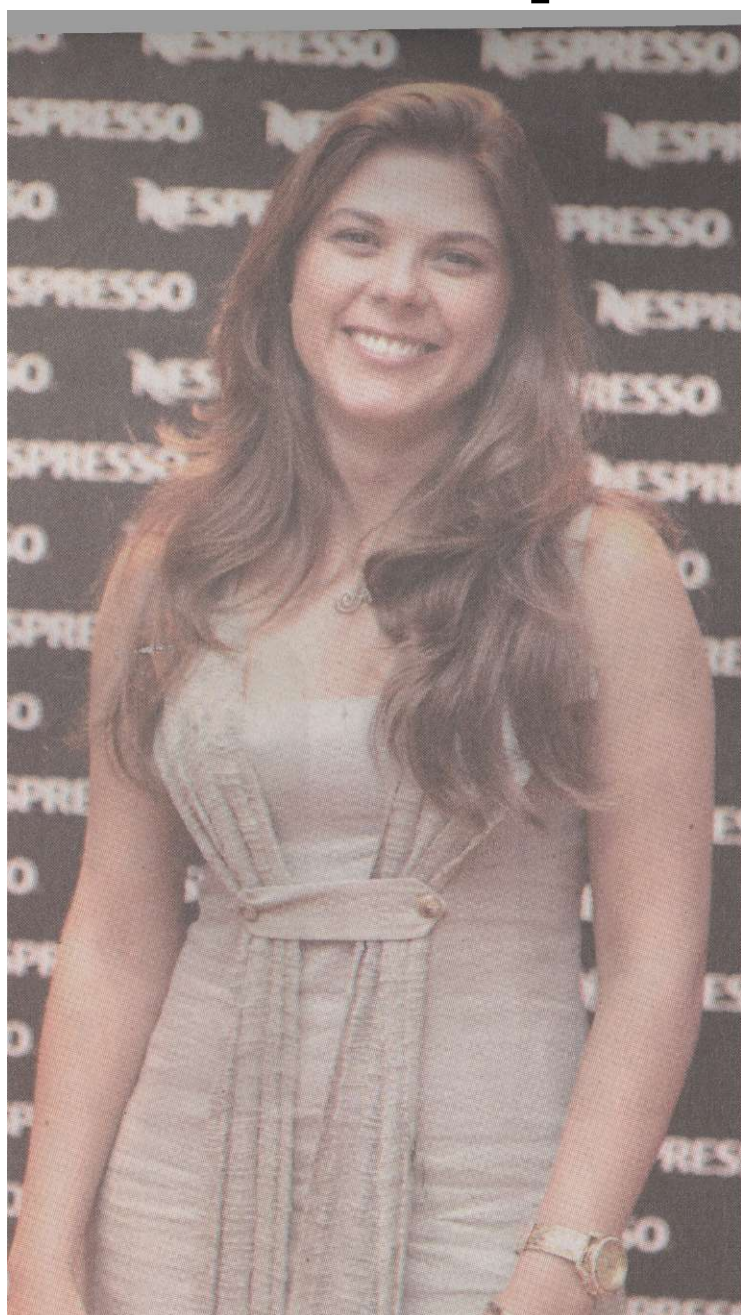
Ela explicou que é possível preparar um café em ainda menos tempo do que nas outras, devido ao aquecimento em menos de 30 segundos. A máquina também desliga automaticamente após nove minutos de inatividade, consumindo 40% menos energia do que a média das máquinas de classe A.

Para os connoisseurs mundiais de café, a Pixie disponibiliza dois botões programáveis da quantidade certa que facilmente permitem a extração perfeita de um café expresso (40 ml) ou longo (110 ml). O porta-pingos retrátil também se adapta às diferentes funções tanto para expresso como para as receitas com leite.

A máquina vai ser vendida por R\$ 790. As cápsulas para o preparo do café custarão R\$ 1,90 cada, além de acessórios para seu uso que podem ser adquiridos.

A campanha de lançamento, criada pela McCann Paris, será estrelada pelo garoto-propaganda da marca, o ator George Clooney, e começa a ser veiculada no dia 15 de abril, mesmo dia em que a Pixie começa a ser vendida.

No Brasil, a máquina estará disponível em três cores (índigo, titan e red). Além da Pixie, a linha da Nespresso possui as marcas



Fotos: Divulgação

Citz, Latíssima e Essenza.

A Nestlé Nespresso SA é líder mundial do mercado de café premium em porções individuais. A marca comemora 25 anos no mercado mundial este mês. No Brasil, a Nespresso completa cinco anos de atuação em dezembro e conta com dez butiques nas principais cidades. Entre elas, São Paulo, Rio

de Janeiro, Campinas e Brasília.

No cenário mundial, a Nespresso é uma das que mais crescem dentro do Grupo Nestlé, de acordo com informações da própria empresa. Em 2009, atingiu 2,77 bilhões de francos suíços em vendas globais, mantendo, desde 2000, a taxa média anual de 30% de crescimento.

Amanda (acima, à esquerda) diz que Pixie é uma solução contemporânea, voltada para sustentabilidade; George Clooney (acima) em cena de campanha criada pela McCann Paris; ao lado, a máquina de café expresso Pixie