

Entrevista a Marc Dujardin Senior Marketing Manager Café de SARA LEE

24 de Septiembre de 2010

"Queremos ofrecer el mejor café al consumidor independientemente de la cafetera que utilice"

Alimarket: ¿Cómo valoraría la trayectoria de Sara Lee dentro del sector cafetero?

Marc Dujardin: 'Marcilla' tiene una larga experiencia en este sector en España. Su actividad se inició hace muchos años, convirtiéndose en la marca de fabricante líder en café molido y claro referente en este mercado. La misión de 'Marcilla' es satisfacer a los consumidores cada día, ofreciéndoles una rica experiencia de café y aroma. Ésta es la razón por la que hemos lanzado innovaciones al mercado, y seguiremos haciéndolo.

A.: En 2009, el grupo lanzó 'Senseo', ¿cómo ha respondido el consumidor ante la oferta?

M.D.: 'Senseo', el nuevo sistema de café lanzado conjuntamente con Philips hace ahora un año, fue una apuesta de Sara Lee para satisfacer a un consumidor actual que quiere soluciones prácticas para su día a día, sin renunciar a la calidad del café que toma a diario. Los resultados después de la campaña de Navidad y del Día de la Madre son muy positivos y prometedores y nos sitúan como una de las opciones más escogidas por los consumidores.

A.: ¿Qué valoración hacen de la innovación destinada al segmento de cápsulas en monodosiis?

M.D.: El segmento de monodosiis ofrece sin duda un valor añadido para los consumidores, ya que pueden disfrutar, en cualquier momento, de un café recién hecho. Además, también permite disfrutar de más momentos de café al tener más variedades individuales y rápidas de preparar, a diferencia de los sistemas tradicionales.

A.: El segmento de la monodosiis en alimentación se ha desarrollado en torno a sistemas cerrados. ¿Qué ventajas e inconvenientes ha conllevado este hecho?

M.D.: 'Senseo' nació con el objetivo de ofrecer una experiencia global con un sistema que incluye la cafetera, las monodosiis de café, unas mezclas de granos específicas para el paladar español y una marca que recoge todo este mundo. Todo ello sin olvidar uno de sus pilares más importantes: la accesibilidad, tanto a nivel de precio del sistema (cafetera y café) como a nivel de distribución.

A.: Recientemente, han presentado en Francia una cápsula compatible con el sistema 'Nespresso'. ¿Responde este hecho a un cambio en la estrategia?

M.D.: No, no se trata de un cambio de estrategia. En Sara Lee queremos ofrecer el mejor café a todos los amantes de esta bebida, ofreciéndoles una solución óptima en función de la cafetera que utilicen. En España, tenemos una gama de café especialmente diseñada para cafeteras express, para cafeteras de filtro, para cafeteras napolitanas, para el sistema 'Senseo'... En cada caso se seleccionan los granos adecuados, se define el tipo de tueste y se muele de una determinada manera para que el resultado sea siempre una taza de café perfecta, sea cuál sea el método utilizado.

A.: ¿Cómo se va a enfocar este nuevo producto? ¿Podría llegar al mercado español?

M.D.: En 'Marcilla' creemos en la innovación. Desde hace años hemos invertido con éxito en nuevos productos como el lanzamiento del revolucionario click pack en 2005 y del sistema Senseo en 2009. Sin duda, seguimos apostando por toda aquella innovación que creemos puede aportar un valor añadido al consumidor español. En cuanto al lanzamiento de las cápsulas compatibles, de momento está centrado en Francia y no hay anunciados planes de lanzamiento en otros países.

A.: ¿Cuál sería el siguiente paso para la compañía dentro de las monodosiis?

M.D.: Estamos teniendo muy buenos resultados con 'Marcilla Senseo' y los consumidores actuales están muy satisfechos con el sistema, recomendándolo en gran medida a sus familiares y conocidos. Nuestro objetivo para el futuro es intentar mejorar aún más el grado de satisfacción de estos consumidores e intentar que cada vez sean más los amantes del café que descubran el sistema 'Senseo'.

A.: El sistema de monodosiis también está intentando abrirse paso en horeca y en vending u oficinas. ¿Qué oferta específica hacen para estos canales?

M.D.: Las cápsulas están entrando sobre todo en lugares que buscan un producto de alta calidad, cómodo y estable, y que tienen pocos servicios al día. 'Senseo' está presente en el mercado a través de operadores de vending y material de oficina, y está siendo muy bien recibido gracias a su formato profesional de 50 unidades envasadas individualmente.