

Nespresso mantendrá su liderazgo pese al incremento de la competencia

elEconomista / Europa Press

31/01/2011 - 16:41

La consolidación de la marca Nespresso ha llegado a tal punto que la compañía sería capaz de mantener su liderazgo como fabricante de cápsulas de café aunque dejara de estar blindada con sus patentes. Eric Favre, uno de los inventores de la primera máquina Nespresso en 1976 no duda de que la compañía "sobrevivirá al incremento de la competencia".

Favre está convencido que en un corto plazo de tiempo saldrán al mercado una batería de cápsulas rivales para competir con la empresa. Pero, según asegura a *Bloomberg*, que **la marca Nespresso es más importante que las patentes, que comenzarán a expirar a finales de 2012.**

En su opinión, tarde o temprano **surgirán al menos 20 rivales que fabricarán cápsulas de café compatibles con las máquinas de Nespresso.** Uno de ellos es Sara Lee, [con quien inició una batalla en los tribunales](#) "por violación de patentes relacionadas con el sistema de dosis de café Nespresso".

La competencia no debería ser una preocupación para el Grupo Nestlé, piensa Favre. "Después de 20 años no se puede evitar la apertura del mercado", según declara a *Bloomberg*. No obstante, cree que **"Nestlé tiene los conocimientos de principio a fin para mantener su posición de liderazgo"**.

El portavoz de la compañía, Hans-Joachim Richter, **explica que Nestlé tiene más de 1.700 patentes, tanto de cápsulas como de máquinas. En su opinión, ninguna de las patentes que vence en un futuro próximo será capaz de reducir la protección de cualquier gama del producto Nespresso.**

Entre 2006 y 2010, las ventas de Nespresso **se triplicaron, al pasar de 1.200 millones de dólares en a principios del periodo a 3.200 millones a cierre del año pasado,** según explica Jon Cox, analista de Kepler Capital Markets en Zurich.

Competir con la marca blanca

Nespresso también deberá competir con la marca blanca. **United Coffee, proveedor de café tostado para la marca propia de Mercadona, ha lanzado un sistema de café en cápsulas** que competirá con gigantes del sector como Nespresso o Lavazza y que ofrecerá a las cadenas de distribución para que comercialicen máquinas y dosis individuales bajo marca blanca.

El fabricante, que en España opera a través de su filial Unión Tostadora, ha presentado ya el proyecto a Mercadona, su primer cliente por volumen de negocio en el mercado español.

"Estamos en fase de análisis", dijo en rueda de prensa el director general de Unión Tostadora, Guillermo Flores, quien consideró que la cadena valenciana de supermercados **"siempre está interesada en la innovación y en cubrir necesidades. Si esto es una necesidad, analizará soluciones"**.

<http://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/2786941/01/11/Nespresso-mantendra-su-liderazgo-pese-al-incremento-de-la-competencia.html>