



Gabinete de prensa
Nestlé España S.A.
Teléfono: 93 480 56 75
Fax: 93 473 46 48
e-mail: Prensa.Nestle@nestle.es

www.diseloconchocolate.es es una iniciativa pionera en España,
enmarcada en el plan de desarrollo de nuevos modelos de negocio

Nestlé entra en el negocio del regalo personalizado

- “Diselo con Chocolate” permite crear y enviar, en tan sólo cinco pasos, una caja de bombones única, adaptada al gusto de quien la recibe.
- La plataforma www.diseloconchocolate.es, desarrollada íntegramente por Nestlé España, se convierte en una iniciativa pionera en España.

Esplugues de Llobregat, 22 marzo de 2012.— En el marco de un plan de desarrollo de nuevos modelos de negocio, Nestlé ha anunciado hoy su entrada en el mercado del regalo personalizado con el lanzamiento de una plataforma que va a permitir una experiencia innovadora para el consumidor de bombones.

El lanzamiento en España de “Diselo con Chocolate” permite al consumidor regalar una caja de bombones única y adaptada al gusto de su destinatario, a partir de las especialidades de la reconocida CAJA ROJA de Nestlé. La plataforma www.diseloconchocolate.es, desarrollada íntegramente por Nestlé España, se convierte en una iniciativa pionera en nuestro país. A partir de ahora Nestlé ofrece a sus consumidores un nuevo servicio de valor añadido que les permitirá la personalización de una caja de bombones en función de las preferencias del destinatario del obsequio.

“Diselo con Chocolate” constituye una nueva experiencia de compra *online* especialmente pensada para las personas a quienes les gusta cuidar de los pequeños detalles y regalar algo exclusivo e individualizado, pero que no siempre disponen del tiempo necesario para hacerlo.

“Diselo con Chocolate” permite disfrutar, en tan sólo cinco pasos, de la experiencia de crear un regalo totalmente personalizado: seleccionar la caja, crear una combinación de bombones —chocolate negro, chocolate con leche, etc.— recién fabricados, decorar el exterior y el interior, escribir la dedicatoria y escoger el envoltorio. En el plazo acordado por el comprador, el regalo, especialmente diseñado para complacer a la persona a la que va dirigido, llegará en perfectas condiciones a su destino.

Adicionalmente, esta iniciativa va a repercutir, sin duda, en la imagen de marca de CAJA ROJA, muy bien posicionada en el mercado español de bombones.

En palabras del director general de Nestlé, Bernard Meunier, “*la innovación rupturista es una prioridad de Nestlé. Esta iniciativa nos tiene que permitir evaluar el potencial de una tendencia creciente del consumidor hacia la exclusividad y la personalización a un costo razonable para él, teniendo en cuenta el valor añadido que supone convertir un obsequio en algo único con la calidad de Nestlé*”.