L'editoriale di Mixer 310: L’occasione Starbucks

mixer-310-cover-5a5a06d3

La prima volta che ho sentito parlare di un “imminente arrivo di Starbucks” non avevo più i pantaloni corti, ma certamente ero ben più giovane di adesso. Ricordo bene l’estate del 2000 quando, neo redattore di Mixer, dovetti scrivere un articolo su questo possibile sbarco del colosso Usa delle caffetterie. Mi stupiva con quanta preoccupazione si guardasse a questa novità destinata, secondo molti, a stravolgere i “pacifici” equilibri del mondo dei pubblici esercizi italiani.

Come sappiamo, quel primo sbarco non c’è poi stato, ma nemmeno altri successivi. Con cadenza regolare e costante, si sono ripetuti per due decadi gli annunci del ”sempre imminente arrivo” della catena Usa… Nel frattempo centinaia di migliaia di locali hanno aperto e chiuso, la lira ha lasciato il posto all’euro, l’economia ha passato anni di gelo e difficoltà prima di tornare lentamente a crescere. E, soprattutto, il mondo dei bar italiani si è radicalmente trasformato, si è evoluto, ha modificato proposte ed offerte.

[caption id="attachment_139924" align="alignright" width="150"] David Migliori[/caption]

Il panorama che ha di fronte oggi Starbucks quando, a distanza di un ventennio, presenta il suo primo punto vendita italiano, è ben diverso da quello che avrebbe trovato all’inizio del nuovo millennio. Il mondo dei bar è oggi ben più attrezzato e “forte” per accogliere la sfida senza sudditanza. Se in passato l’arrivo di un “competitor”, così agguerrito e ben organizzato rispetto al piccolo bar tradizionale, poteva spaventare gli esercenti italiani e costituire una minaccia alle nostre tradizioni,

oggi i tempi sono più che maturi per guardare alla catena del frappuccino senza complessi di inferiorità.

Anzi, la sfida che il modello Starbucks porta sulla penisola può essere l'occasione per spingere nuovamente il piede sul fronte dell'innovazione, lanciare alternative all'espresso in tazzina, puntare sulla diversificazione delle proposte e anche dei relativi prezzi. D'altronde, se i campioni della diffusione ad ogni angolo del globo di un modello di bevande ispirato all'Italia hanno tentennato per decenni prima di inaugurare un locale a Milano, significa che il modello di bar italiano è forte, affermato e continua a funzionare.

E, infatti, il grandioso Starbucks che ha aperto i battenti a due passi dal Duomo, non è un "normale" punto vendita come tutti gli altri, ma qualcosa di diverso. È il più grande e prestigioso d'Europa e ha una formula che punta – dalla location, alla tecnologia, alle miscele, al personale - su eleganza e qualità.

Se c'è un insegnamento da trarre da questa vicenda è forse quello di credere un po' di più in noi stessi e nei modelli nostrani. È possibile (e augurabile) che modelli di offerta apparentemente antitetici possano convivere senza problemi, accontentando le richieste di target diversi o, a volte, di persone che, in alcuni momenti, trovano appagante una fumante tazzina di caffè e, in altre occasioni, un frappuccino in bicchiere…