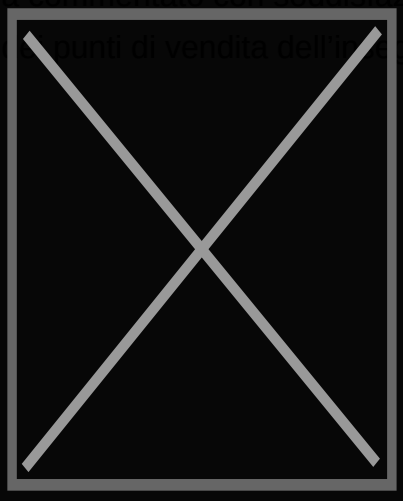
Starbucks scommette sugli alcolici durante gli orari serali

sturbucks-747a9fbc

La novità è di quelle che non passano inosservate: Starbucks è pronta a introdurre le bevande alcoliche durante gli orari serali in migliaia di punti di vendita. La decisione arriva al termine di un processo di test iniziato nel 2010 in uno dei negozi della catena a Seattle e proseguito poi con un programma pilota ampliato ad altre 25 caffetterie. I risultati ottenuti sono stati incoraggianti, come confermato dallo stesso ceo dell'azienda, Troy Alstead, che ha commentato con soddisfazione: «Il progetto funziona». E da qui, il coinvolgimento su larga scala dei punti di vendita dell'insegna.



[caption id="attachment_23276" align="alignleft" width="202"] Oprah Winfrey[/caption]

La scelta di scommettere sugli alcolici non rappresenta tuttavia una mossa isolata, ma si inserisce in una strategiadi espansione più ampia: l'insegna intende infatti raddoppiare la capitalizzazione di mercato arrivando a 100 miliardi di dollari dai 57 miliardi di dollari attuali. Un obiettivo ambizioso che la catena intende raggiungere guardando anche ai mercati asiatici come India e Cina, in modo da bilanciare il rallentamento delle vendite negli Stati Uniti. Sul fronte orientale Starbucks punta in particolare sul tè, con un'offerta arricchita dal "chai Oprah Winfrey", un gusto messo a punto dalla famosa conduttrice della tv americana nell'ambito di un accordo in base al quale Starbucks si impegna

a devolvere parte degli introiti derivanti dalle vendite di “chai Oprah” alle iniziative che la star promuove per i giovani.