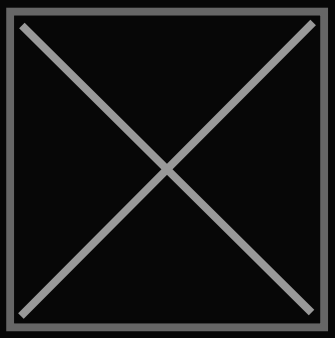
La joint venture con Yum accelera l'espansione di Lavazza in Cina

lavazza-cina-7ad5d977

Yum e Lavazza hanno annunciato che, nell’ambito della loro joint venture, intendono accelerare l’espansione del network di caffetterie Lavazza in Cina, puntando ad aprire 1000 store entro il 2025. Saranno destinati inizialmente nella joint venture 200 milioni di dollari per finanziare la futura crescita. Inoltre, si prevede che la Joint Venture diventi il distributore esclusivo di Lavazza in Cina continentale, introducendo più prodotti del portafoglio globale Lavazza. All’inizio del 2020, Yum China, la più grande società di ristorazione in Cina in termini di vendite totali nel 2020, e il Gruppo Lavazza hanno dato vita a una joint venture per esplorare e sviluppare il concept delle caffetterie Lavazza in Cina. La joint venture è detenuta da Yum China e Lavazza rispettivamente con una quota del 65% e del 35%. Il primo Flagship store Lavazza a Shanghai è stato inaugurato nell’aprile 2020. Da allora, Lavazza ha continuato a crescere, aprendo oltre 20 store in Cina tra Shanghai, Hangzhou, Pechino e Guangzhou.



“Il recente successo delle caffetterie Lavazza in Cina è stato incoraggiante e ha consolidato la nostra convinzione che questa collaborazione abbia le carte in regola per cogliere le significative opportunità del settore del caffè in Cina, accelerando lo sviluppo del network di negozi. Guardiamo con entusiasmo a quanto il futuro ha in serbo per questo iconico brand italiano”, ha dichiarato **Joey Wat**, CEO di Yum China. *“Facendo leva sull’eccellente supply chain, le capacità digitali e la profonda conoscenza dei consumatori cinesi di Yum China, saremo orgogliosi di portare l’autentica coffee experience italiana e i prodotti premium di Lavazza a un numero ancora maggiore di consumatori in Cina”.*

*“Il settore del caffè in Cina presenta un enorme potenziale, ci sono vaste zone ancora inesplorate. Yum China, il più importante operatore cinese nel settore della ristorazione che vanta una profonda conoscenza dei consumatori e delle dinamiche di mercato locali, è il partner ideale per far crescere ulteriormente il brand Lavazza in questo mercato. Allo stesso modo, riteniamo che Lavazza sia il marchio premium perfetto per consentire a Yum China di concretizzare le proprie ambizioni nel settore del caffè, grazie ai nostri prodotti di straordinaria qualità e a un’ampia esperienza nel settore, maturata in oltre 126 anni di storia”*, ha affermato **Antonio Baravalle**, CEO del Gruppo Lavazza. *“I punti di forza apportati da entrambi i partner costituiscono una solida premessa per il successo della nostra joint venture e siamo entusiasti di collaborare con Yum China per fare di Lavazza un marchio leader nel settore del caffè in Cina”.*

La fase successiva dell’espansione dei negozi Lavazza in Cina sarà aumentare la presenza di caffetterie nelle principali città, attraverso store di diverse tipologie per offrire una gamma sempre più ampia di occasioni di consumo. Con 22 punti vendita Lavazza al 31 agosto 2021, la joint venture prevede che le caffetterie saranno più che raddoppiate entro la fine dell’anno. La partnership, inoltre, rafforzerà le risorse utili a migliorare l’efficienza in termini di operatività in negozio e di attività di branding e marketing. Infine la joint venture commercializzerà, venderà e distribuirà in Cina continentale i prodotti retail di Lavazza come caffè in grani, caffè macinato e capsule. La joint venture punta a fare crescere ulteriormente il marchio Lavazza in Cina, facendo leva da un lato sulle capacità digitali, l’esperienza operativa e la profonda conoscenza del mercato cinese di Yum China e, dall’altro, sui prodotti di eccellente qualità di Lavazza.

Fonte: Torino Oggi