Nestlé e Starbucks festeggiano il primo lustro di Global Coffee Alliance

20230913103413starbucks-global-coffee-alliance-2-feed-92f55d8c

Attraverso la **Global Coffee Alliance** lanciata 5 anni fa, **Nestlé e Starbucks hanno introdotto sul mercato un'ampia gamma di prodotti** tra cui le capsule Starbucks per i sistemi Nespresso e Nescafé Dolce Gusto, i caffè Starbucks in grani, tostati, macinati e premium istantanei, le cialde K-Cup e le panne per la categoria at-home e per i canali di ristorazione.
Nestlé ha ampliato il business dell'on-the-go di Starbucks a livello globale e ha recentemente lanciato una **gamma di bevande pronte da bere** a base di caffè nel sud-est asiatico e in Oceania. Inoltre, ha **rafforzato** in modo significativo **la sua attività nel settore in Nord America**. Nel 2022, le attività di Starbucks hanno generato 1,6 miliardi di dollari di vendite incrementali per Nestlé.

Le due aziende hanno **esteso la copertura dei prodotti premium a marchio Starbucks a quasi 80 mercati in tutto il mondo** e, ad oggi, più di 14 miliardi di tazze sono state preparate a casa o servite attraverso i canali di ristorazione. L'alleanza si basa sull'esperienza e sulle capacità di Nestlé e Starbucks. Insieme, le aziende hanno **sviluppato prodotti nuovi e innovativi e hanno introdotto il marchio in diversi formati e mercati,** sfruttando la conoscenza dei prodotti di entrambe le aziende e l'impronta distributiva di Nestlé.

"Nestlé e Starbucks sono fortemente impegnate a far crescere questo business, e i risultati lo dimostrano" ha dichiarato **Mark Schneider**, CEO di Nestlé S.A. *"La straordinaria collaborazione tra i due team si basa su valori comuni condivisi e sull'impegno a fornire un caffè eccezionale proveniente da fonti responsabili e sostenibili. Mi auguro che la nostra partnership possa crescere sempre di più".*

*"**La Global Coffee Alliance ha permesso** a entrambe le aziende di **concentrarsi sui propri punti di forza**, il che, si è rivelato di grande successo negli ultimi cinque anni. Siamo certi che il marchio **Starbucks** abbia ancora enormi opportunità in questo segmento e ci aspettiamo che questo business, grazie all'alleanza, continui a crescere e a raggiungere un maggior numero di consumatori"* ha

aggiunto **Laxman Narasimhan**, CEO di Starbucks Coffee Company.

Nestlé e Starbucks continueranno a rafforzare il loro impegno e ad espandere il marchio Starbucks **aspirando alla creazione di nuovi momenti dedicati al consumo di caffè**. Le due aziende mirano a cogliere nuove opportunità con i **caffè freddi e stagionali**, due categorie principalmente spinte dai giovani consumatori. Inoltre, **svilupperanno programmi e soluzioni per il fuori casa** e continueranno a innovare e a offrire al pubblico nuove esperienze di caffè.