# Starbucks punta su sostenibilità e inclusione. Stop al sovrapprezzo per le bevande vegetali

20241106171007starbucks-1ea53495

Starbucks cambia strategia: a partire **dal 7 novembre**, la catena americana di caffè **elimina i costi aggiuntivi sulle bevande a base di latte vegetale negli Stati Uniti e in Canada**. Questa decisione, che coincide con il lancio del menu natalizio, **risponde sia ai recenti dati di vendita che alla crescente domanda dei clienti per opzioni più sostenibili.**

Come riportano le testate americane, le bevande con latte di soia, mandorla, avena o cocco sono **la seconda scelta più richiesta** nei punti vendita Starbucks, subito dopo l'aggiunta di un espresso. Attualmente, Starbucks applica **un sovrapprezzo di 70 o 80 centesimi**, a seconda del mercato, per queste opzioni, ma con la nuova strategia i**l costo verrà ridotto di oltre il 10%.**

«*Al centro dell'esperienza Starbucks c'è la possibilità di personalizzare la propria bevanda. Rimuovendo il sovrapprezzo per i latti vegetali, sosteniamo tutte le modalità in cui i nostri clienti possano godersi i servizi e prodotti Starbucks*», afferma **Brian Niccol, presidente e CEO di Starbucks**, ai giornali locali.

Questo nuovo approccio risponde a una **diminuzione delle vendite globali della catena** registrata negli ultimi mesi. Infatti, il reddito netto dell'azienda ammonta a **909,3 milioni di dollari**, rispetto ai 1,22 miliardi dello stesso periodo dell'anno scorso.

Ma non solo. L'azienda risponde anche alle **esigenze e scelte dei suoi clienti,** sempre più orientati verso opzioni più responsabili e consapevoli, ottenendo anche il **supporto di Plant Based Foods Association**, che considera l'approccio di Starbucks un esempio da seguire per altre realtà.

«*Non è giusto che le persone che non consumano lattosio, sia per intolleranza, scelte personali o etiche, debbano pagare un sovrapprezzo. Con maggiore consapevolezza e prezzi più equi nell'industria food and beverage, l'esempio di Starbucks può contribuire a un cambiamento*», spiega

**Hannah Lopez, responsabile dello sviluppo del mercato di Plant Based Foods Association.**

L'iniziativa, al momento, riguarderà solo il mercato statunitense e canadese, ma, come dichiarato dallo stesso Brian Niccol, è prevista **un'estensione anche a realtà internazionali.**