Starbucks: a Milano all’inizio del 2017. Lo conferma Howard Schultz

index-dcca0894

La notizia ha i crismi dell’ufficialità perché confermata in una lunga intervista a Howard Schultz pubblicata da Il Sole 24 Ore: Starbucks aprirà nel centro di Milano all’inizio del 2017. Il patron della catena ha rotto gli indugi raccontando al quotidiano di Confindustria le linee guida che ritmeranno l’ingresso nel nostro mercato della multinazionale.

Il primo Starbucks italiano, ha spiegato Schultz, renderà omaggio alla cultura italiana, servirà cibo italiano, avrà un bancone come nei nostri bar e servirà una miscela di caffè creata apposta per i gusti dei milanesi. «Avremo il classico bancone italiano, anche se rivisto al nostro modo - ha raccontato Schultz - e ci saranno molte opportunità per godersi il caffè in tranquillità, e ovviamente ci sarà il take away con i bicchieri di carta. Vedremo che cosa faranno gli italiani, noi seguiremo i clienti, non faremo pressioni». Come dire, un ingresso studiato. «Starbucks non arriva in Italia con la pretesa di insegnarvi a tostare il caffè o a preparare e a consumare un espresso - ha detto ancora Schultz -, ma «con grande umiltà per presentare la nostra interpretazione dell’esperienza del caffè, la cui componente essenziale è quella di creare un senso di comunità, di terzo luogo, tra casa e posto di lavoro».

I partner

Dal punto di vista imprenditoriale, ha sempre anticipato il patron, «Arriveremo in Italia in partnership con la famiglia Percassi e avremo un food partner italiano», di cui però non è ancora stato svelato il nome. Un indizio tuttavia - suggerisce il Sole 24 ore - potrebbe essere l’alleanza ventennale del marchio di Seattle con Autogrill, che gestisce i locali Starbucks negli aeroporti e nelle stazioni in America e in Europa.

Anche nei negozi italiani, poi, sarà attiva la partnership con Spotify (vedi articolo relativo di Mixerplanet) e si venderanno dischi e giornali: «Avremo certamente rapporti commerciali con aziende

italiane, ma ancora è presto, stiamo procedendo in modo cauto, dobbiamo guadagnarci il rispetto degli italiani». Quanto invece al personale, si prospettano 20 o 25 assunzioni a negozio, più il general manager.

La questione del prezzo

Qui da noi tuttavia la catena americana potrebbe trovare qualche resistenza su un tema insidioso: il prezzo. I milanesi sono infatti abituati a pagare circa un euro per un caffè, mentre in America un espresso da Starbucks può arrivare a costare intorno ai due euro. «Faremo in modo che i prezzi non saranno una barriera per il cliente italiano - ha commentato lo stesso Schultz -. Ma, detto questo, noi facciamo le cose in modo diverso: abbiamo la reputazione di saper creare un’atmosfera fantastica per i nostri clienti, gli spazi saranno straordinari, comodi, con il wi-fi e tutte le tecnologie necessarie per far vivere una grande esperienza. La nostra missione è superare le aspettative dei milanesi. Sono impegnato personalmente in ogni dettaglio, per me il primo Starbucks italiano non è solo business, è una questione personale».