Starbucks negli USA cambia rotta: meno fast service, più permanenza e comfort

Negli Stati Uniti Starbucks prova a recuperare la dimensione originaria della caffetteria come luogo di permanenza e relazione. Italia a Tavola racconta la strategia del gruppo guidato da Brian Niccol, orientata a rendere i punti vendita meno simili a spazi di consumo rapido e più vicini all'idea di coffeehouse rilassata. Tra gli interventi citati compaiono ambienti più accoglienti, riduzione dell'impostazione fast-food e maggiore attenzione all'esperienza in-store .La scelta è significativa perché arriva proprio nel momento in cui gran parte del mercato sembra spingere verso velocità, delivery e consumo rapido. Starbucks sembra invece riconoscere che il valore di una caffetteria non può essere ridotto soltanto all'efficienza operativa. Naturalmente il modello americano resta molto diverso da quello italiano, dove il bar continua a vivere su permanenze brevi e alta rotazione. Tuttavia, il tema dell'ambiente torna centrale anche per i locali europei: il cliente cerca sempre più luoghi dove fermarsi, lavorare, incontrarsi o semplicemente rallentare. La sfida sarà capire quanto questa dimensione sia davvero sostenibile economicamente in città dove affitti, costi del personale e pressione sui margini continuano ad aumentare.