



LINK: <https://www.mark-up.it/con-lapertura-di-starbucks-a-milano-nuova-linfa/>

ALTAVALAB  

MARK UP PRIMA FILA MARKETING & CONSUMI PROTAGONISTI QUADERNI REAL ESTATE & FRANCHISING STRUMENTI & TECNOLOGIE

NEWS I PIÙ VISTI LE OPINIONI MARK UP LAB EVENTI MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ACCEDI / REGISTRATI

f FACEBOOK G+ GOOGLE+ RSS RSS TWITTER TWITTER YOUTUBE YOUTUBE



Home > Real Estate & Franchising > Starbucks "creerà più interesse per le caffetterie milanesi"

Starbucks "creerà più interesse per le caffetterie milanesi"

Roberto Pacifico 10 settembre 2018



File lunghissime per visitare il nuovo Starbucks di Piazza Cordusio a Milano

Sono circa 300 i collaboratori che Starbucks ha dichiarato di aver acquisito per l'apertura di Piazza Cordusio a Milano. La posizione di Fipe sull'apertura di Secchidistelle è (sorprendentemente) positiva

Sabato verso le 12 la fila di persone pazientemente accodate lungo tutto un lato di via Cordusio, in attesa di vedere il nuovo Starbucks aperto a Milano, era quasi paragonabile ai serpentoni di gente all'esterno dei principali musei milanesi. Sarà così per almeno due mesi, ci assicura una hostess. Se si vuole evitare il rischio di lunghe e assurde code, la gentile signorina suggerisce di arrivare alle 7 am (primo mattino) quando apre Starbucks, o al massimo alle 8...



Nasce l'edizione flip (sfogliabile) della sezione Retail Real Estate

MARKUP 13 settembre 2017

Da giugno 2017 il mensile MARK UP pubblica la rubrica Retail Real Estate. Gli articoli sono adesso disponibili in lettura anche online sotto forma di pdf...



Abbonati a
MARK UP

Edicola web

Iscriviti alla newsletter



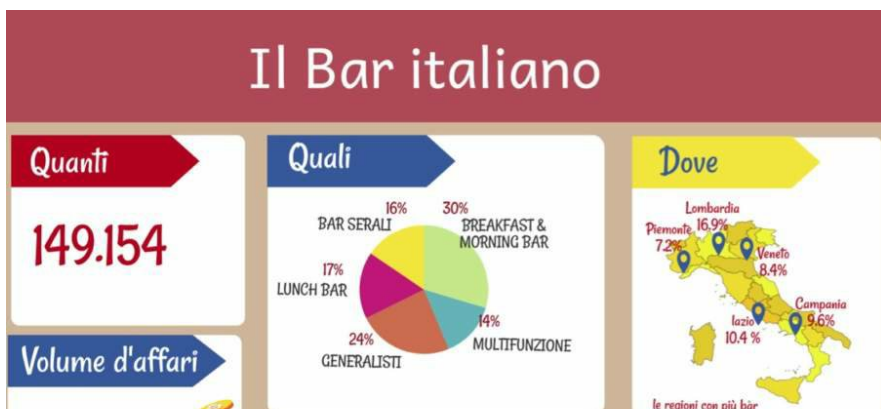


In attesa di visitare questo nuovo tempio della caffetteria, aggiungiamo alcune informazioni istituzionali. La preparazione alla nuova apertura ha dato inizio a quasi 300 nuove opportunità lavorative con l'impiego del team inaugurale di partner (come Starbucks chiama i propri dipendenti) della Roastery, che include posizioni di barista e mixologist, tostatori e produttori di caffè e fornai Princi. Ogni partner ha seguito un training intensivo di un minimo di 3 mesi e continuerà a raccogliere i frutti dell'investimento attraverso l'apprendimento e lo sviluppo della propria carriera all'interno dell'azienda. In collaborazione con Galdus Academy, Starbucks offre periodi di apprendistato per le posizioni di barista e mixologist, che contano già 6 iscritti. Ogni apprendistato ha una durata di 3 anni nei quali i partner ricevono 260 ore di training mirato fuori dal luogo di lavoro per agevolare lo sviluppo del loro talento e fornire loro le basi necessarie ad intraprendere lunghe e appaganti carriere. Durante la crescita italiana di Starbucks, l'azienda continuerà ad investire in programmi di avanzamento per la carriera dei propri partner.

Starbucks si impegnerà nella creazione di opportunità di formazione e lavorative per i giovani in tutta la città di Milano, anche al di fuori dei propri store. La Starbucks Foundation collaborerà con la Fondazione Don Gino Rigoldi per creare programmi su misura dedicati al sostegno di giovani provenienti dalle aree più svantaggiate della città che sono a rischio di marginalizzazione, incontrando gravi ostacoli all'occupazione. Allo stesso tempo, la Starbucks Foundation sta sviluppando diversi programmi in partnership con l'Accademia Teatro alla Scala, mirati a fornire borse di studio, formazione professionale e a coinvolgere la comunità, offrendo agli studenti un più ampio accesso all'istruzione e all'occupazione.

I dati sul bar italiano

A proposito di caffè, cultura del gusto e della torrefazione, e tradizione dei bar italiani, Fipe-Fipe-Federazione italiana pubblici esercizi, in concomitanza con l'apertura del primo Starbucks Roastery italiano in Piazza Cordusio a Milano, commenta così l'arrivo della più famosa catena di caffetterie mondiale: "Il classico bar non teme la concorrenza. Più che una sfida, uno scambio reciproco. Le nuove iniziative commerciali come l'apertura di Starbucks trovano sempre il nostro favore, a maggior ragione quando creano posti di lavoro. Sarà il mercato a decretare ogni risultato, e da questo punto di vista i nostri bar non temono il confronto, che, anzi, sarà uno stimolo per migliorare qualità e servizio. Il tutto senza dimenticare che dal confronto i consumatori avranno anche l'opportunità di valutare meglio il prezzo di una tazzina di caffè al bar così da evitare dannose e ricorrenti polemiche".



Twitter

Ritwittato da Mark Up

FutureBrand Italia
@futurebrandita

Su @Mark_Up_ il nostro pezzo sulla #genderneutrality dei #brand firmato da @ayseguldonmez Essere #inclusivi è il nuovo mantra e apre alle nuove #generazioni di #consumatori @Clazzati #FutureBrand

Facebook

MARK UP Mark Up
2916 "Mi piace"

Mi piace questa Pagina | Iscriviti

MARK UP Mark Up
26 minuti fa

Video non disponibile
Spiacenti, non è stato possibile riprodurre questo video.

Scopri di più

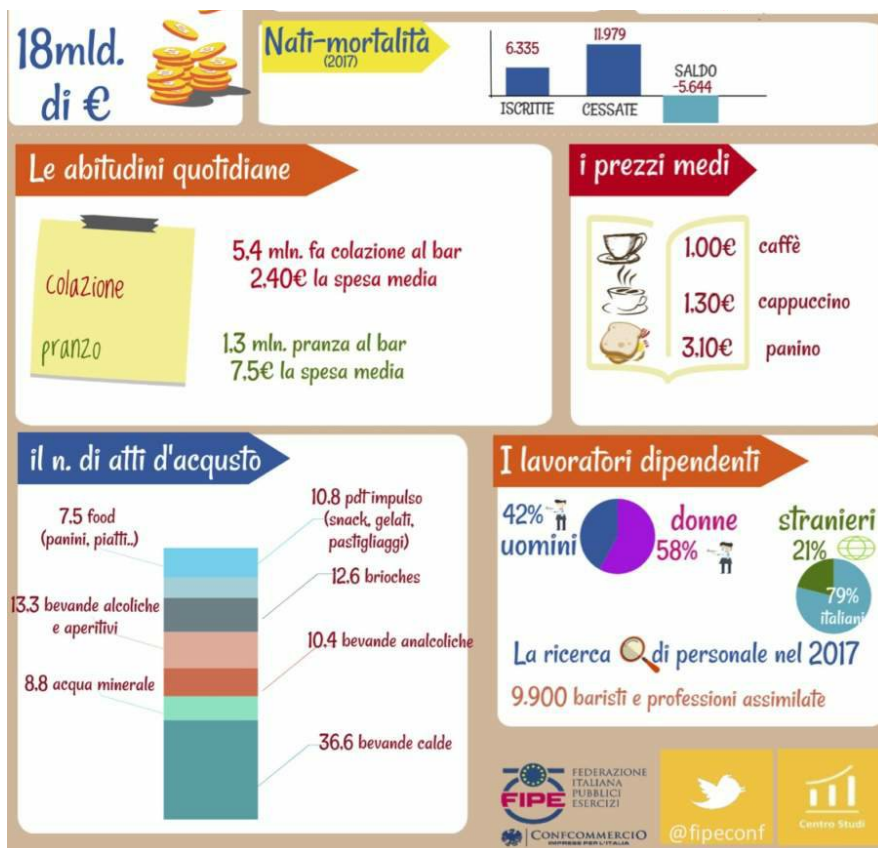
Visualizzazioni: 82

L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

18, 19, 20 OTTOBRE 2018
MILANO IULM OPEN SPACE

-30% PER I LETTORI DI MARKUP

ACQUISTA ORA



Il bar italiano: i dati Fipe

In occasione dell'arrivo del gruppo statunitense Fipe aggiorna i dati sul bar italiano. Ad oggi sono **149.154** i bar in attività su tutto il territorio italiano, con un volume di affari di 18 miliardi di euro. Sono concentrati in alcune regioni: Lombardia (16,9%), Lazio (10,4%), Campania (9,6%), Veneto (8,4%) e Piemonte (7,2%). Per quanto riguarda la nati-mortalità delle imprese, nel 2017 si riscontrano 6.335 imprese iscritte e 11.979 imprese cessate, con un saldo negativo di 5.644 imprese. Per quanto riguarda la tipologia di esercizio, prevalgono i breakfast e morning bar (30%), seguiti da bar generalisti (24%), lunch bar (17%), bar serali (16%) e bar multifunzione (14%). Sul fronte occupazionale, i numeri Fipe sulla ricerca di personale nel 2017 quantificano **9.900 baristi**, con prevalenza di rosa (il 58% di lavoratrici dipendenti contro il 42% di lavoratori). Il 79% dei dipendenti è di nazionalità italiana, mentre i dipendenti di nazionalità straniera sono il 21%.

Abitudini di consumo, atti di acquisto e prezzi medi

Secondo l'Ufficio Studi Fipe gli italiani vanno al bar soprattutto per fare colazione: 5,4 milioni di persone consumano qui tutti i giorni il primo pasto della giornata, con una spesa media di 2,40 euro. A pranzo i bar sono frequentati da 1,3 milioni di persone, con una spesa media di 7,50 euro. I prodotti maggiormente consumati al bar sono bevande calde (36,6%), bevande alcoliche e aperitivi (13,3%), brioches (12,6%), prodotti d'impulso come snack e gelati (10,8%), bevande analcoliche (10,4%), acqua minerale (8,8%) e infine panini o piatti (7,5%). Per quanto riguarda invece i prezzi, un caffè al bar costa in media 1 euro, un cappuccino 1,30 euro, mentre per un panino si pagano 3,10 euro.

I prezzi di Starbucks Cordusio sono ben lontani da queste medie: un espresso 1,80 euro, un cappuccino 4,50; c'è chi ha speso 20,30 per un cappuccino, un cappuccino alla soia, una brioches al cioccolato, un muffin e una bottiglietta da 25 cl lo scontrino. Bisogna anche ammettere che se ci si siede all'aperto in un bar italiano di Corso Vittorio Emanuele non si spende molto meno.

Mi piace 0

Facebook | Twitter | Google+ | LinkedIn | Pinterest | +

Articolo precedente

Gli italiani post ferie pensano a guardaroba e casa



Roberto Pacifico

Seguo soprattutto il retail e l'immobiliare commerciale, con sporadiche incursioni su industria e marketing. Scrivo anche di letteratura e musica (ma this is quite a different story...)

ARTICOLI CORRELATI Dello stesso autore



IGD sottoscrive un accordo di finanziamento con Bnp Paribas



Starbucks debutta in grande a Milano e si prepara ad altre caffetterie



Valmontone Outlet, "bilancio più che positivo per la seconda edizione del Summer Festival"



LASCIA UN COMMENTO

Commento:

Nome:*

Email:*

Sito Web:

Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.



Esegui l'upgrade a un [browser supportato](#) per generare un test reCAPTCHA.

In alternativa, se pensi di trovarti su questa pagina per errore, verifica la tua connessione a Internet e ricarica la pagina.

[Perché sta capitando a me?](#)

[Privacy - Termini](#)

Invia il commento



MARK UP

Strumenti per il marketing e il retail



[Contatti](#) [Abbonati](#) [Iscriviti alla newsletter](#) [I libri Tecniche Nuove](#) [Disclaimer e note legali](#) [Privacy](#) [Informativa estesa sui cookie](#)

© New Business Media S.p.A. Tutti i diritti riservati. Sede legale: Via Eritrea 31 - 20157 Milano - I.Codice fiscale: Partita IVA e Iscrizione al Registro delle imprese di Milano.

Utilizziamo i cookie per garantire le funzionalità del sito e per offrirti una migliore esperienza di navigazione. Continuando ne accetti l'utilizzo.

[Accetta](#)

[Informativa estesa](#)