COMUNICATO STAMPA SPONSORIZZATO â?? Starbucks Italia, insieme a Percassi, annuncia la cancellazione del sovrapprezzo per le alternative al latte in tutti i 49 store

default watermark

Descrizione

(Immediapress) â??

Roma, 25 settembre 2025 â?? Starbucks Italia annuncia che, a partire dal 25 settembre, non applicherÃ piÃ¹ alcun sovrapprezzo per le sue quattro alternative al latte. I clienti potranno personalizzare la propria bevanda con avena, cocco, soia o mandorla gratuitamente, rendendo lâ??esperienza in caffetteria piÃ¹ accessibile e piacevole per un pubblico sempre piÃ¹ ampio.

Il passaggio alla paritÃ di prezzo fa parte di un impegno volto a riscoprire ciÃ² che da sempre distingue Starbucks: poter personalizzare la propria bevanda e renderla unica Ã¨ al centro della Starbucks Experience, cosÃ¬ come essere un luogo accogliente dove le persone si incontrano e dove viene servito il miglior caffÃ¨, preparato a mano da baristi esperti.

Lâ??iniziativa Ã¨ supportata dalla campagna pubblicitaria multicanale intitolata â??PerchÃ© pagare di piÃ¹ per ciÃ² che ami?â?•, curata dal celebre artista lodigiano Pietro Terzini. In onda dal 25 settembre al 26 ottobre, il design speciale realizzato da Terzini per Starbucks comparirÃ su cartelloni pubblicitari e social media in tutta Italia, amplificando la notizia attraverso le parole dellâ??artista stesso.

La paritÃ di prezzo, giÃ disponibile nella maggior parte delle altre sedi Starbucks in EMEA, Ã¨ stata presentata durante lâ??evento presso lo Starbucks Flagship Store di Piazza San Silvestro, alla presenza di Vincenzo Catrambone, General Manager di Starbucks Italia.

Questa attivitÃ rientra nel piÃ¹ ampio percorso di Starbucks nel rendere le caffetterie dei luoghi di comunitÃ e offrire unâ??esperienza accogliente a tutti i clienti, includendo il ritorno dei pennarelli Sharpie per scrivere sui bicchieri e la riduzione dei tempi di attesa.

Vincenzo Catrambone, General Manager di Starbucks Italia, ha commentato:â??Starbucks e Percassi sono orgogliosi di aver introdotto la paritÃ di prezzo in Italia, eliminando il sovrapprezzo per le alternative al latte e rendendo piÃ¹ facile che mai per i nostri clienti personalizzare la propria bevanda e renderla davvero unica. La price parity rafforza inoltre il nostro ruolo di caffetteria accogliente, dove le persone si incontrano e gustano il miglior caffÃ¨, preparato a mano dai nostri esperti baristi. Con quattro diverse alternative al latte disponibili gratuitamente, cocco, avena, soia e mandorla, rendiamo la Starbucks Experience piÃ¹ accessibile e accogliente per tutti.â?•

Pietro Terzini, artista e autore della campagna â??PerchÃ© pagare di piÃ¹ per ciÃ² che ami?â?•, ha aggiunto: â??Sono molto felice di poter firmare questa campagna per Starbucks, unâ??azienda che amo e che ancora una volta si dimostra attenta ai temi della contemporaneitÃ â?•.

Il lancio della nuova campagna segue la recente brand campaign multicanale, la prima in Italia, dal titolo â??Welcome to Starbucksâ?•.

Informazioni sulla brand campaign:

default watermark

Campagna creativa â??PerchÃ© pagare di piÃ¹ per ciÃ² che ami?â?•: realizzata dallâ??artista Pietro Terzini.

Pianificazione media: a cura di
Spada Media Group

Contatti:
ImmediapressAngela FumisImage Building SocietÃ BenefitVia Privata Maria Teresa, 1120123 â?? Milano a.fumis@imagebuilding.it

COMUNICATO STAMPA SPONSORIZZATO: Immediapress Ã¨ un servizio di diffusione di comunicati stampa in testo originale redatto direttamente dallâ??ente che lo emette. Lâ??Adnkronos e Immediapress non sono responsabili per i contenuti dei comunicati trasmessi

â??

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione
Settembre 25, 2025
Autore

redazione

default watermark

EI SRL - P.IVA IT16017671005