

PERCASSI



Spada[®]
MEDIA GROUP

COMUNICATO STAMPA

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

- *I clienti in Italia non pagheranno più un sovrapprezzo per scegliere alternative al latte (avena, soia, cocco, mandorla) nelle loro bevande, ora hanno lo stesso prezzo del latte vaccino*
- *Un'iniziativa pensata per valorizzare la Starbucks Experience: la possibilità di personalizzare la propria bevanda per renderla unica è ciò che da sempre contraddistingue il brand*
- *Per celebrare questo momento, Starbucks Italia ha collaborato con Pietro Terzini, le cui opere uniche mettono in luce il valore delle piccole scelte quotidiane e di ciò che conta davvero*

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

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

L'iniziativa è supportata dalla campagna pubblicitaria multicanale intitolata "Perché pagare di più per ciò che ami?", curata dal celebre artista lodigiano Pietro Terzini. In onda dal 25 settembre al 26 ottobre, il design speciale realizzato da Terzini per Starbucks comparirà su cartelloni pubblicitari e social media in tutta Italia, amplificando la notizia attraverso le parole dell'artista stesso.

La parità di prezzo, già disponibile nella maggior parte delle altre sedi Starbucks in EMEA, è stata presentata oggi durante l'evento presso lo Starbucks Flagship Store di Piazza San Silvestro, alla presenza di Vincenzo Catrambone, General Manager di Starbucks Italia.

Questa attività rientra nel più ampio percorso di Starbucks nel rendere le caffetterie dei luoghi di comunità e offrire un'esperienza accogliente a tutti i clienti, includendo il ritorno dei pennarelli Sharpie per scrivere sui bicchieri e la riduzione dei tempi di attesa.

PERCASSI



Spada[®]
MEDIA GROUP

Vincenzo Catrambone, General Manager di Starbucks Italia, ha commentato: "Starbucks e Percassi sono orgogliosi di aver introdotto la parità di prezzo in Italia, eliminando il sovrapprezzo per le alternative al latte e rendendo più 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 caffè, preparato a mano dai nostri esperti baristi. Con quattro diverse alternative al latte disponibili gratuitamente, cocco, avena, soia e mandorla, rendiamo la Starbucks Experience più accessibile e accogliente per tutti."

Pietro Terzini, artista e autore della campagna "Perché pagare di più per ciò che ami?", ha aggiunto: "Sono molto felice di poter firmare questa campagna per Starbucks, un'azienda che amo e che ancora una volta si dimostra attenta ai temi della contemporaneità".

Il lancio della nuova campagna segue la recente brand campaign multicanale, la prima in Italia, dal titolo "Welcome to Starbucks".

Informazioni sulla brand campaign:

Campagna creativa "Perché pagare di più per ciò che ami?": realizzata dall'artista Pietro Terzini.

Media Strategy e Planning: a cura di [Spada Media Group](#)

- **Lancio del piano media multicanale**: on air dal 25 settembre al 26 ottobre;
- **Stampa**: una selezione di quotidiani nazionali nelle loro edizioni locali;
- **Social Media**: contenuti digitali sui principali portali web e piattaforme social, adattati e ottimizzati per il coinvolgimento della community Starbucks e non solo;
- **Out-of-Home (OOH)**: campagna di attivazione in diverse città italiane per accrescere la visibilità dell'iniziativa.

Contatti Ufficio Stampa:

Ilaria Conti e Andrea Fabris – ufficiostampa@agenziaspada.com

Tel. 02.2430.8560

SITO: www.agenziaspada.com

PERCASSI



Spada
MEDIA GROUP

Starbucks® Coffee Company

Dal 1971, Starbucks® Coffee Company è impegnata nell'approvvigionamento etico e nella torrefazione di caffè Arabica di alta qualità. Con negozi in tutto il mondo, oggi Starbucks® è il primo torrefattore e rivenditore di specialità caffearie al mondo. Grazie al nostro impegno costante per l'eccellenza e i nostri valori, portiamo l'unicità della Starbucks® Experience nella vita di tutti i nostri clienti attraverso ogni singolo caffè. Per condividere l'esperienza, vieni a trovarci in negozio oppure visita i siti Internet <https://stories.starbucks.com/> e www.Starbucks.com.

PERCASSI

Percassi è una società le cui attività comprendono lo sviluppo e la gestione di reti commerciali in franchising di importanti marchi (come Nike, Jordan, Lego, Victoria's Secret, Armani Exchange, Saint Laurent e Garmin in ambito fashion-beauty e consumer, e Starbucks nel food). Percassi detiene inoltre importanti partecipazioni in società quali KIKO Spa e Atalanta B.C. Percassi opera anche in ambito real estate per la realizzazione di importanti progetti immobiliari nel settore commerciale e direzionale. Per ulteriori informazioni: [www.percassi.com](http://www_percassi.com)

Biografia di Pietro Terzini

Pietro Terzini è un giovane artista nato nel 1990, laureato in architettura. La sua personalità e il suo fenomeno artistico contemporaneo hanno raggiunto notevole popolarità sui social media, e nel corso della sua carriera ha collaborato con numerosi marchi prestigiosi. Il mondo della moda, specialmente i grandi brand di lusso, costituisce un importante punto di partenza per le opere di Terzini, ispirandolo e stimolando la sua creatività. Attraverso il suo lavoro, Terzini esplora e sottolinea, talvolta in chiave ironica, le nuove dinamiche della società odierna. Le fonti di ispirazione più significative includono artisti di fama internazionale come Damien Hirst, Takashi Murakami e Andy Warhol, che hanno influenzato la sua visione artistica e contribuito a plasmare il suo stile distintivo.

Profilo SPADA MEDIA GROUP

Spada Media Group, nata nell'advertising tradizionale, cresciuta nel digital marketing e, nel tempo, perfezionatasi sempre di più come centro media, si presenta come agenzia di comunicazione e marketing capace di affiancare le aziende per progetti cross-mediali con un approccio strategico e consulenziale.

Fondata su cinque *business unit* (**Media, Digital, Creatività, Ufficio Stampa e Organizzazione Eventi**), l'agenzia è stata scelta negli anni da diversi brand di settori che spaziano dall'Automotive al Banking & Insurance, dal Medical & Pharma al Food, dal Retail al B2B & Tech, oltre che da diverse istituzioni, come Università e Comuni. Spada Media Group, con un DNA da *problem solver*, si caratterizza per un know-how media e digital approfondito e per una capacità di risposta rapida e concreta alle esigenze di comunicazione dei clienti grazie ad una modalità di lavoro aperta e flessibile, nonché all'utilizzo di media sempre all'avanguardia.

Per ulteriori informazioni: www.agenziaspada.com