

## CRESCONO I CONSUMI DI CAFFÈ ESPRESSO

(ICE) - ROMA, 20 APR - Cresce l'interesse dei messicani verso l'espresso e il cappuccino. Il gruppo Alsea ha annunciato, per il periodo 2012-2015, un ambizioso programma di aperture di caffetterie con il marchio Starbucks. I top manager di Alsea, leader in America Latina della ristorazione veloce e del segmento casual dining, ritengono che il consumo di caffè in Messico sia destinato a crescere nei prossimi anni. Attualmente, il paese nordamericano registra un consumo pro capite di caffè pari a 1.6 chilogrammi contro i 4 chilogrammi degli altri paesi della regione. Il colosso Alsea si prepara a investire 100 milioni di dollari per le nuove aperture di caffetterie. Il principale concorrente di Starbucks in Messico è la società *The italian coffee company*, controllata dagli imprenditori messicani di origine italiana Minutti, che può contare su una rete di 390 punti vendita. Altri marchi di caffetterie presidiano i centri commerciali delle città messicane come The Coffee Factory, Café Punta del Cielo, Café La Finca Sta. Veracruz, La Selva Café e Coffee House.  
(ICE CITTA' DEL MESSICO)