

Starbucks perd de l'argent en France

Publié le 29 septembre 2007

Actualisé le 29 septembre 2007 : 21h01



Les « Latte » et autres « Frappuccino » ont beau se vendre 3 ou 4 euros, il faut en écouler pour rentabiliser des points de vente dans les lieux les plus prestigieux de la capitale aux loyers souvent très élevés (avenue de l'Opéra, boulevard Saint-Michel, faubourg Saint-Honoré, etc.).

En un peu plus de trois ans, Starbucks, le « McDo du café », a ouvert 37 boutiques à Paris et sa périphérie. Trois ans après son arrivée, l'américain perd toujours de l'argent en France. L'an dernier, la perte atteignait 4,1 millions d'euros sur un chiffre d'affaires de 23,1 millions. Une goutte d'eau sur les 5,5 milliards d'euros de ventes réalisées dans plus de 12 000 points de vente dans le monde. Le géant de Seattle peut supporter une phase d'investissement pour conquérir la vieille Europe. À l'inverse, outre-Atlantique, face à la saturation du nombre de cafés (près de 10 000) à tous les coins de rue, Starbucks vient de signer un accord avec son rival Kraft à qui il fournira du café à utiliser dans son système à domicile Tassimo. Il diversifie également son offre en lançant dans ses magasins des boissons au chocolat, en partenariat avec la marque américaine Hershey.

Starbucks : un café et un téléchargement gratuit

29/09/2007

Après avoir voulu la concurrencer, la chaîne de café Starbucks s'allie à la plateforme iTunes et proposera à ses clients américains du 2 octobre au 7 novembre des téléchargements de musiques gratuits.

Starbucks Café LogoCe sont 1,5 millions de cartes prépayées par jour qui seront bientôt distribuées dans les 10 000 points de ventes Starbucks soit environ 50 millions de téléchargements. Celles-ci permettront aux clients de la chaîne, grâce au code qui les accompagne, d'obtenir gratuitement un titre sur la plateforme iTunes.

" La chanson du jour " s'installera donc entre le café et le donut. Les clients y retrouveront des artistes comme Bob Dylan, Joss Stone, KT Tunstall, John Legend, Annie Lennox, Joni Mitchell ou bien encore Paul McCartney. D'autre part, la fonctionnalité " à l'écoute en ce moment " sera proposée aux Starbucks, qui pourront ainsi acheter la musique qui passe dans le café où ils se trouvent.

En outre, à partir du 2 octobre, les consommateurs de café des succursales de New York et de Seattle auront la possibilité de télécharger leurs musiques sans avoir à se loguer, à partir du réseau lancé il y a un mois environ par la chaîne " l'iTunes WiFi Music Store at Starbucks " et ceci sans avoir à payer pour pouvoir se connecter au réseau sans fil.

Accessible à partir d'un PC, Mac, iPhone ou bien encore d'un iPod Touch, ce service sera bientôt étendu aux Starbucks de la baie de San Fransisco en novembre puis à Chicago et Los Angeles en 2008

- **Stratégie de développement extensif aux USA (le Mc Do du café)**
Croissance Interne (bourse)
- **Stratégie de développement extensif : implantations Europe, Asie, etc...**
Croissance interne + joint-venture et vente licence
- **Stratégie concurrentielle avec i-tunes (plutôt aller boire un café chez Starbucks que chez un concurrent)**
- **Stratégie de diversification—produits connexe (voir Ansof) + intégration filière en aval**