

# 101Caffè è arrivato a quota... 101 store.

11 Marzo 2019 di Redazione



*Espansione in atto per 101Caffè*

Armenia, Repubblica Ceca, Emirati Arabi Uniti, Qatar, Slovacchia e Réunion. Sono questi gli obiettivi a breve del franchising **101Caffè**, brand specializzato nella vendita di caffè di qualità in cialde, capsule, grani e macinato, provenienti da torrefazioni italiane, attraverso una rete di negozi in Italia e all'estero. Nato nel 2010 e cresciuto costantemente fino al 2018, il network ha raggiunto a inizio anno la significativa quota di 101 negozi in franchising in Italia e all'estero, con un giro d'affari di 12 milioni di euro.

Premiata recentemente da Federfranchising con il Franchising Key Award 2019 nella categoria "migliore presenza internazionale", 101Caffè ha costruito la propria espansione su un modello di business incentrato sul multicanale e multibrand. In un unico punto vendita il cliente trova l'espresso italiano, non solo in grani e macinato ma anche in cialde e capsule compatibili con tutte le macchine presenti sul mercato nazionale ed internazionale, oltre ad una gamma ampia di bevande alternative come té, ginseng, orzo, cioccolata, caffè verde o il Nocciolino, sempre in monoporzione per tutte le macchine. Nel 2018 è stata inoltre lanciata una miscela di caffè certificata Rainforest Alliance, in capsule compostabili Nespresso, denominata **Gran Milano**. Nei punti vendita 101Caffè i clienti possono acquistare anche macchine da caffè, accessori e una linea di prodotti di pasticceria artigianale, in piccolo formato, a marchio **Le Sfiziosità**.

Dopo l'avvio nel 2011 del primo negozio a gestione diretta a Milano, per la sperimentazione del concept, dal 2012 il franchising 101Caffè è partito in Italia e, dopo la partecipazione al Salone del Franchising di Parigi nel 2016, il percorso internazionale ha visto il primo accordo di sviluppo firmato per il Marocco e l'apertura del primo punto vendita in Svizzera nel 2017. Nel corso del 2018, sono stati aperti altri tre negozi a Singapore, in Kuwait e in Marocco (dove il bis arriverà a breve), oltre a un popup store in Slovacchia. Oltre alle aperture già previste nel 2019, si punta ad arrivare alla prima apertura in Francia e negli Stati Uniti. Nel frattempo lo sviluppo in Italia non si ferma. L'obiettivo è avvicinarsi ai 200 punti vendita entro il 2020.