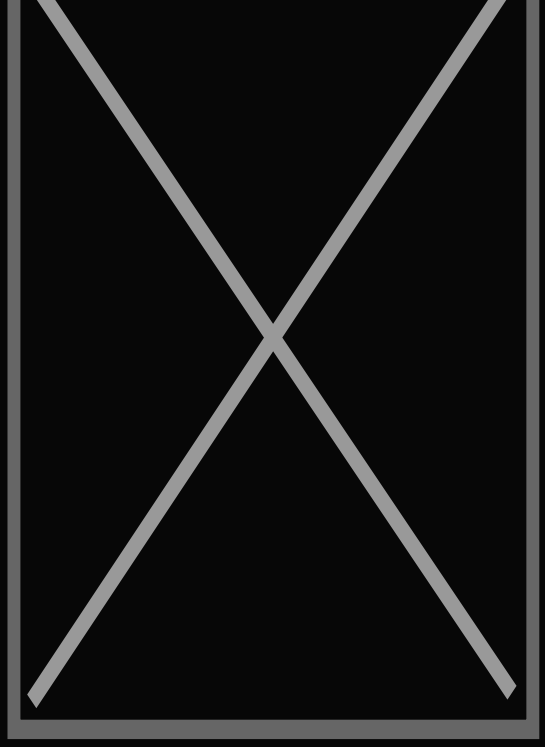
Frankly consolida la presenza in Italia

fruit-tea-frankly-cc28581d

Frankly, la prima catena italiana di bubble tea, ha appena chiuso un aumento di capitale da un milione e mezzo di euro, grazie alla campagna di equity crowdfunding avviata su Mamacrowd. Oltre 110 gli investitori coinvolti, tra i quali anche il fondo Azimut ELTIF – venture capital – ALIcrowd II.

La campagna di Frankly è andata in overfunding in meno di un mese, superando del 180% l'obiettivo minimo. I fondi raccolti serviranno per **consolidare la presenza in Italia** di Frankly come prima catena nazionale del te con le bolle e punto di riferimento del mercato: *"Nei prossimi 2 anni vogliamo aprire 24 nuovi negozi in Italia* – spiega **Franco Borgonovo**, founder di Frankly insieme a Lati Ting - *e portare il nostro modello anche oltre i confini italiani, con l'ambizione di diventare il punto di riferimento anche sul mercato europeo entro il 2025".*



Un modello che è basato su due principi: **la sostenibilità sia economica che ambientale** (gli store, interamente **plastic free**, vanno a break-even in media in meno di 3 anni) e la qualità della materia prima, per un prodotto naturale (sono bandite bustine o aromi artificiali) che, in base alla personalizzazione, può essere anche totalmente senza zucchero.

"Il risultato della campagna dimostra che gli investitori credono in noi e che il progetto che abbiamo costruito e continuiamo a costruire è credibile e capace di attirare l'attenzione di importanti investitori – prosegue Borgonovo. *E nel primo trimestre 2022, abbiamo fatto registrare un aumento dei ricavi del +236% rispetto al primo trimestre del 2021".*

8 i punti vendita attualmente aperti nelle città di Milano (4, di cui uno fronte binari in Stazione Centrale, aperto alla fine gennaio scorso, che ha fatto registrare più di 21.000 drink serviti nel solo mese di febbraio), Torino, Bologna, Bergamo e Pavia; **oltre 70 i dipendenti e un fatturato di 2.3 milioni di euro nel 2021** (che a regime dovrebbe avvicinarsi ai 4 milioni nel 2022). E poi l'e-commerce, attraverso cui **Frankly** distribuisce in tutta Italia (e presto in tutta Europa) kit, prodotti, ingredienti e accessori per il Bubble Tea 'fai da te'.

Con le risorse raccolte, Frankly a**mplierà anche il team e svilupperà la digitalizzazione del business** per la creazione di una customer base proprietaria e per un sistema che vada a premiare i clienti più fedeli.