Nestlè punta sulle caffetterie con l’acquisizione della catena Blue Bottle

blue2-a6c1b780

Nestlè sfida Sturbucks acquisendo il 68% della catena di caffetterie Blue Bottle per un prezzo stimato in 500 milioni di dollari, su un valore della società di 700 milioni di dollari.

Con un pubblico composto soprattutto da millennials - si legge sul sito GdoNews -, Blue Bottle si è affermata sulla scena americana del caffè, divenendo il caffè preferito della Silicon Valley. Fondata nel 2000, ha sperimentato un vero e proprio boom: ha infatti raccolto 120 milioni di dollari dagli investitori, fra i quali Bono degli U2 e i fondatori di Twitter e Instagram. E da un singolo bar di Oakland, in California, è divenuta rapidamente una catena di lusso con attenzione ai dettagli e 55 punti vendita entro la fine dell’anno, di cui sei a Tokyo.

Per il colosso di svizzero si tratta di un’acquisizione strategica, che si va ad aggiungere a quelle di Sweet Earth, produttore di cibi vegetariani congelati, e Freshly, un servizio di consegna a domicilio di cibi salutari.