

D+1 refuerza su presencia en Asia y abrirá cinco restaurantes ‘O Mamma Mia’ en 2017

El grupo es el mayor operador del sector de alimentación y bebidas (F&B) en el continente, con presencia en 10 países y 64 establecimientos abiertos

El grupo español D+1, nueva denominación de Zfranchises, consolida su posición como el mayor operador nacional en Asia dentro del sector de alimentación y bebidas (F&B) con la adquisición de la marca ‘O Mamma Mia’. El objetivo es exportar a ese continente el concepto de cocina italiana de alta calidad a precio asequible ya implantado con éxito en España durante los últimos años. El proyecto de implantación previsto contempla que D+1 abrirá en 2017 cinco restaurantes en Singapur (los tres primeros entre el 27 de febrero y el 29 de marzo), llegando posteriormente a otros países como Malasia, Hong Kong o China.

‘O Mamma Mia’ cuenta en nuestro país con 25 establecimientos situados en lugares tan estratégicos como las zonas gourmet de El Corte Inglés o el aeropuerto de El Prat, en la ciudad de Barcelona. Mauro Bracci, copropietario y CEO de ‘O Mamma Mia’, pasa a ser socio junto a Leonardo Silvi Bracci de la nueva sociedad junto a D+1, y continuará dirigiendo la misma desde la nueva central que estará ubicada en Singapur.

De esta forma, ‘O Mamma Mia’ se suma a la marca que ya gestiona D+1 (Llaollao) ampliando y diversificando la actividad de la compañía. Además, se están ultimando los detalles para la incorporación el año que viene de una nueva enseña de cocina mediterránea.

64 establecimientos en 10 países

D+1 (www.dplus1.com) es un grupo empresarial de origen español que cuenta con plena implantación en diez países del sudeste asiático (Singapur, Indonesia, Malasia, Filipinas, Tailandia, Camboya, Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur y Japón) y con 66 establecimientos abiertos, de los cuales un tercio son en propiedad y el resto en régimen de franquicia. Cuenta actualmente con una plantilla de 350 trabajadores directos, genera además más de 1.000 puestos de trabajo indirectos y da servicio a un total de 20.000 clientes cada día.

En los dos últimos años, el grupo mantiene un ritmo de una apertura cada quince días, lo que lo convierte en el que más crece dentro de su sector. En 2016 el crecimiento ha sido del 100%, duplicando el número de establecimientos abiertos.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Internacional](#) [Franquicias](#) [Gastronomía](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>