I Love Poke rileva Pokescuse e Poke Kal e punta al sud Italia

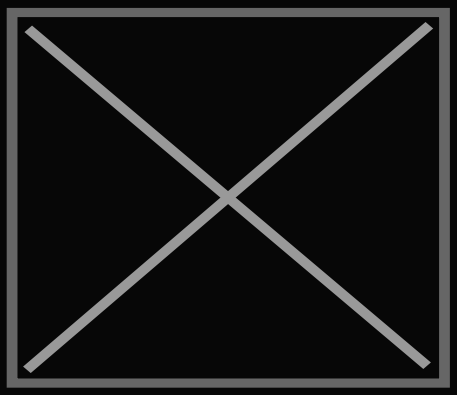
bowl-17-d0276c02

I Love Poke scommette sul mercato italiano e fa tris rilevando le insegne Pokescuse e Poke Kal e stringendo una partnership con Giappo Italia S.r.l., titolare del brand Giappoke, per l’espansione nel Mezzogiorno.

L’operazione porterà la catena che per **prima**, cinque anni fa, **ha introdotto il poke in Italia**, a diventare leader assoluto sul territorio italiano con **230 punti vendita entro la metà del prossimo anno**, il 30% di market share e un **volume di affari di 130milioni di euro** con un Ebitda di oltre 30milioni di euro nel 2023.

“Siamo felici di annunciare questi importanti accordi – commenta **Michael Nazir Lewis**, founder di I Love Poke con la moglie Rana Edwards – *abbiamo scelto Pokescuse e Poke Kal perché hanno fatto un ottimo lavoro e sono capillarmente presenti sul territorio nazionale.”*

La formalizzazione delle acquisizioni di Poke Kal e Pokescuse **avverrà il prossimo febbraio** e porterà a una riconversione di **66 punti vendita** (in totale tra i due marchi) **entro l’estate**, mentre Giappo Italia S.r.l., rappresentata dall’imprenditore Enrico Schettino, diventa da subito master franchisee per il Sud Italia: **il piano di sviluppo** messo a punto dai rispettivi management prevede nei primi mesi di attività la **conversione dei dodici store Giappoke e l’apertura di dieci nuovi punti vendita nel Meridion**e, che daranno lavoro ad almeno cinquanta addetti persone.



“Dal 2008 Enrico Schettino e il suo team sono leader nel Sud Italia per la cucina etnica e hanno sviluppato diversi format interessanti – continua Michael Nazir Lewis – *e sono certo che associandosi alla rete di I Love Poke avranno ancora più successo.”*

La strategia di espansione di I Love Poke è **supportata da numeri e dati importanti**: la seconda edizione del report “Il mercato del Poke in Italia”, presentata a fine settembre da Growth Capital in occasione della Giornata Mondiale del Poke, delinea un quadro più che roseo per il piatto tipico della cucina hawaiana: se a livello mondiale continua il trend positivo (con un Cagr del 8,4% nel quadriennio 2022-2026) **in Italia ha fatto registrare tassi di crescita superiori alla tripla cifra**, con opportunità di ulteriori sviluppi.

Nel nostro Paese il giro d’affari è passato **da 151 milioni di euro del 2021 a 328 milioni a giugno 2022** (+117%), positivo anche l'andamento delle aperture dei punti vendita aumentati a 820 nel 2022 (+140% rispetto al 2021). Per il 2026 si attende un Cagr del 20% che potrebbe far volare il mercato a quota 689 milioni di euro.



“Il successo del poke in Italia – conclude Lewis – *ci rende orgogliosi di essere stati i primi a credere e a scommettere su questo **piatto salutare e gustoso**. Oggi la nostra è una realtà che dà lavoro a oltre cinquecento persone fra addetti in store e uffici: **puntiamo** molto sulla **formazione del nostro personale e sulla qualità del prodotto**, siamo gli unici ad avere un centro unico di produzione di oltre 4000 mq per la preparazione delle materie prime di base che poi distribuiamo in tutti i punti vendita in Italia. **Crediamo molto nella sostenibilità**, siamo l’unica catena di poke certificata ASC/MSC per il pesce, siamo plastic free e puntiamo molto sulla ricerca e l’innovazione nel food tech.”*