

Largo Consumo

ECONOMIA E MARKETING SULLA FILIERA DEI BENI DI CONSUMO

5/2023

www.largoconsumo.info

+
IN ALLEGATO
**MERCATO
IMPRESE**
2023



Assortimenti: il tempo è denaro

L'assortimento è il fattore più differenziante per un'insegna.

Per loro storia organizzativa e cultura, le direzioni commerciali del retail sono oggi in grado di riformulare la propria offerta con l'agilità necessaria ai tempi, prima che i nuovi trend diventino mainstream?

PAGINA 4

**Autogrill e Dufy
alla fusione**

pagina 16

**Le ambizioni
di Zalando**

pagina 17

**Carrefour pensa
in Maxi**

pagina 32

**I numeri di
Multicedi (Végé)**

pagina 34

**La strategia di
I Love Poke**

pagina 36

POLITICHE E STRATEGIE

RISTORAZIONE

I love Poke primatista

di **Valentina Martina**



Percorso di lettura:
[www.largoconsumo.info/
Ristorazione](http://www.largoconsumo.info/Ristorazione)

Il poke hawaiano e l'Italia si uniscono sotto l'insegna di **I love Poke** che ha scommesso sul mercato italiano dal 2017. Questo percorso ha avuto inizio con una storia che pone al centro innanzitutto il capitale umano. I due giovani imprenditori la newyorkese **Rana Edwards**, laureata in farmacologia, con un dottorato in chimica farmaceutica e con un master in nutrizione a Harvard e **Michael Nazir Lewis**, milanese, laureato in economia a Londra, hanno dato vita a un food concept che ha introdotto la pokeria in Italia. «Abbiamo deciso di essere un fast casual – spiega Lewis – e per noi è stato fondamentale entrare nel mercato con un prezzo competitivo. Il nostro scontrino medio è di 15,80 euro». Milano, dopo l'Expo, è stata influenzata da un processo di internazionalizzazione e in molti hanno optato per il consumo di un pasto semplice e veloce. La nostra prima pokeria di 20 mq è stata aperta nell'ottobre del 2017 a Piazza dei Mercanti, a Milano». Un know how, quello dei due imprenditori, che ha saputo integrare la creazione, nonché la successiva espansione di questo food concept, con un sofisticato e attento controllo della qualità della materia prima. Lo dimostra la curva di crescita che è emersa tra maggio 2021 e settembre 2022, come ci precisa Michael Nazir Lewis: «in 11 mesi abbia-

mo contato oltre 100 aperture, siamo cresciuti e a oggi siamo a 176 negozi. Sono numeri importanti e siamo riusciti a raggiungerli attraverso un'operazione di centralizzazione. I nostri negozi, infatti, non hanno cucine ma sono gastronomie di assemblaggio e questo ha rappresentato un vero e proprio successo perché non sono emerse problematiche sul cibo. La rapidità, che consiste nell'eliminazione della carica batterica del pesce a -90 gradi in 40 minuti e, di conseguenza, la presenza di un numero sufficiente di addetti ai lavori si sono rivelate delle operazioni lungimiranti. A oggi disponiamo complessivamente di ottocento collaboratori (fra addetti in store e personale di back office) con un'età media che non supera i 25 anni. Ci troviamo a gestire più di 100 negozi e 3 tipologie di locali: lo street (dai 15 ai 35 mq), l'urban (dai 50 agli 80 mq) che costituisce il 75 per cento del format e il metropolitan (dai 100 mq in su). Al 60% copriamo i centri commerciali che abbiamo scoperto durante la pandemia». Inoltre, il controllo qualità delle materie prime avviene in un laboratorio di 1500 mq, situato tra Pioltello e Segrate che conta una dozzina di addetti ai lavori: un centro unico di produzione e rifornisce di pesce (fresco, pulito, abbattuto e spedito congelato), salse e marinature tutti i punti vendita monomarca e in franchising in Italia grazie alla logistica interna che offre servizi a tutta la catena. Know how, logistica e controllo qualità sono aspetti



Michael Nazir Lewis
co-founder, I love Poke



Rana Edwards,
co-founder, I love Poke

«Abbiamo deciso di essere un fast casual. Per noi è stato fondamentale entrare nel mercato con un prezzo competitivo».

che s'inseriscono in un business che non trascura la sostenibilità: I love poke è non-dimeno la prima catena dedicata al poke in Italia con

la certificazione di Catena di Custodia Asc – Aquaculture Stewardship Council, per il salmone, e MSC-Marine Stewardship Council, per il

