**Nowe sushi bary**

**Sieć KOKU Sushi powiększyła się o dwa nowe punkty. W marcu otwarte zostały sushi bary w Gnieźnie i w Grudziądzu. Pod szyldem marki działają obecnie 22 lokale w 19 polskich miastach. Pojawiają się też zapytania z zagranicy.**

Restauracja na gnieźnieńskiej starówce ruszyła 11 marca, tydzień później pierwsi goście pojawili się w barze w Grudziądzu. W każdym miejscu jednego wieczoru sprzedano po ponad 100 rolek sushi. Zainteresowanie było więc ogromne.

- Wszystko idzie zgodnie z planem – mówiła, nie kryjąc zadowolenia, Urszula Olechno współwłaścicielka sieci. – Zakładaliśmy, że tym roku otworzymy cztery nowe punkty. Do wakacji uruchomimy jeszcze lokale w Szczecinie i w Zawierciu. Plan więc wykonany, a jesteśmy dopiero na półmetku roku!

W Polsce moda na sushi utrzymuje się. Co dziesiąty konsument deklaruje, że najbardziej lubi kuchnię japońską, a co czwarty wybierając lunch na mieście, decyduje się właśnie na sushi. Wśród nich szczególnie liczna jest grupa najmłodszych klientów, nastolatków i 20-latkow. Tendencja jest więc wzrostowa. Najwięcej sushi barów działa w Warszawie (około 200) i w miastach wojewódzkich.

Jednak trzy z czterech nowych barów KOKU Sushi funkcjonować będzie w miastach liczących do 100 tys. mieszkańców. Jest to zgodne ze strategią przyjętą przez markę, które szuka lokalizacji właśnie w mniejszych miastach.

- Z chęcią będziemy nawiązywać współpracę z inwestorami z takich miejscowości – wyjaśnia Urszula Olechno. - Odnosimy wrażenie, że jesteśmy tam wyczekiwani, że odpowiadamy na społeczne zapotrzebowanie, tak jak w Grudziądzu, Gnieźnie czy Zawierciu. Najlepsza jednak jest sytuacja, kiedy jako pierwsi pojawiamy się z ofertą sushi na lokalnym rynku, tak jak na przykład w Łomży czy Bolesławcu. Nasze bary zostały tam bardzo dobrze przyjęte przez mieszkańców i działają znakomicie. Dlatego franczyzobiorcom z miast liczących mniej niż 150 tys., oferujemy też gwarancję wyłączności.

KOKU Sushi jest największą franczyzową siecią sushi barów w Polsce. Działa na krajowym rynku nieprzerwanie od 15 lat i utrzymuje równy, wysoki poziom. Proponuje franczyzobiorcom dwa modele współpracy: klasyczny sushi bar i wersję premium. Ten ostatni marka wprowadziła dopiero w ubiegłym roku i przetestowała do tej pory w trzech restauracjach - w Białymstoku, Łodzi i Krakowie. Koncept sprawdził się, wkrótce więc dołączy do nich także Szczecin. Powstały lokale komfortowe, eleganckie, przestronniejsze, o bardziej wysmakowanym i nowocześniejszym designie. Wzbogacone są o wyselekcjonowaną ofertę alkoholi wysokoprocentowych (w tym japońskich).

- Restauracje Koku Sushi Premium stworzyliśmy także z myślą o tym, by móc w nich organizować większe imprezy, takie jak biznesowe lunche, uroczystości rodzinne, spotkania towarzyskie. Z badań rynku gastronomicznego wynika, że Polacy coraz chętniej jadają na mieście i celebrują tam swoje święta – dodaje Mariusz Olechno, drugi z właścicieli KOKU Sushi.

Koszt uruchomienia własnego baru KOKU Sushi wynosi od 150 do 200 tys. zł. (kwota zależy od formatu lokalu i od tego czy trzeba go dostosować na potrzeby prowadzenia działalności gastronomicznej). W przypadku restauracji w wersji premium trzeba liczyć się z wydatkiem rzędu 450 tys. zł. W sumie tej zawierają się także koszty adaptacji i wyposażenia.Jednorazowa oplata licencyjna za przystąpienie do sieci wynosi 25 tys. zł. W ramach zawartej umowy inwestor deklaruje także, że będzie uiszczać comiesięczną opłatę franczyzową w wysokości 2,5 tys. złotych. Nie ma natomiast żadnych dodatkowych zobowiązań finansowych względem marki. Lokale stają się rentowne w dosyć szybkim tempie, nawet już po dwóch miesiącach. Trudno jednak oszacować kiedy nastąpi zwrot z inwestycji, składa się na to zbyt wiele czynników.

- Opracowany przez nas klarowny system franczyzowy okazuje się być atrakcyjny nie tylko dla krajowych przedsiębiorców - mówi Urszula Olechno. – Mamy dużo zapytań z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Litwy, a najwięcej z Czech. Pracujemy więc nad ofertą dla naszych sąsiadów z południa.