

77 sushi sięga po nowy brand

GIELDA Sieć restauracji kuchni japońskiej rusza z nową marką. Chce przyciągnąć klientów na styl „trendy”.

Jak zapowiadali, tak robią. W ciągu najbliższych tygodni spółka Premium Food Restaurants (PFR), która zarządza siecią restauracji kuchni japońskiej 77 sushi, ruszy z nowym projektem.

— Naszym celem jest wypromowanie lokalu, który przyciągnie ludzi, którzy dotychczas nie znali lub nie lubili sushi. Zależy nam na tym, żeby to miejsce stało się bardzo modne, bardzo „trendy”. Oczywiście będzie do tego potrzebna kampania promocyjna — mówi Katarzyna Pieńkowska, członek zarządu PFR.

Firma nie ujawnia nowej marki. Wiadomo jedynie, że pierwszy lokal zamierza otwo-

rzyć w Poznaniu, i to już we wrześniu lub październiku.

— Zostanie otwarty w miejscu działającej już restauracji. Chcemy, żeby się mocno wyróżniał na tle konkurencji. Dlatego zrobimy rebranding, stawiając przede wszystkim na oryginalny wystrój, atrakcyjne ceny i sposób serwowania sushi. To będzie przełom — zapowiada Katarzyna Pieńkowska.

Rebrandingowi będzie towarzyszyć intensywna promocja internetowa.

— Dajemy sobie kilka miesięcy na obserwację wyników tego projektu. Jeśli się sprawdzi, będziemy w stanie bardzo szybko otwierać kolejne lokale pod tym brandem — twierdzi Katarzyna Pieńkowska.

Nowy brand pozwoli zdynamizować sprzedaż PFR, które — jak wszystkie firmy z branży gastronomicznej — skarży się na spowolnienie koniunktury. W pierwszym



► **Gra w sushi.** Głównym akcjonariuszem sieci 77sushi jest Marek Tymiński, znany inwestorom również jako udziałowiec City Interactive. Ta druga firma wprowadziła właśnie na rynek z sukcesem grę komputerową Sniper: Ghost Warrior. Czy nowy brand sushi też będzie sukcesem? [FOT. TP]

półroczu 2010 r. przychody spadły do 5,5 mln zł, wobec 6 mln zł rok wcześniej.

— Liczymy, że w 2011 r. dojdzie do odbicia — przewiduje Katarzyna Pieńkowska.

Poprawiły się jednak wyniki: zamiast 400 tys. zł straty PFR ma po półroczu 126 tys. zł czystego zysku.

— Rygorystycznie podchodzimy do kosztów — tłumaczy Katarzyna Pieńkowska.

Szacuje, że cały rok firma zakończy na plusie. Trzeci kwartał tradycyjnie jest dobry dla branży, a w czwartym też spodziewa się zysku.

Magdalena Graniszewska

m.graniszewska@pb.pl • 022-333-98-29