



## **Poke House punta in grande e investe in Sweetfin, il brand leader negli USA che ha dato vita al trend del poke**

***Nel 2022 previste 80 nuove aperture tra Europa e Stati Uniti, portando Poke House a 170 locali e un fatturato di oltre 100 milioni di euro***

**Milano, 17 gennaio 2021** - Non si arresta l'ascesa internazionale di **Poke House** che oggi mette a segno l'investimento in uno dei brand iconici della California, **Sweetfin**, conosciuto come il precursore del poke e leader delle bowl plant-based negli Stati Uniti.

La foodtech nata a fine 2018 da un'idea dei due giovani imprenditori **Matteo Pichi** e **Vittoria Zanetti**, e già presente in Italia, Spagna, Portogallo, Regno Unito e Francia con oltre 75 locali, allarga ulteriormente i propri orizzonti con l'investimento in Sweetfin, diventando primo azionista del brand di poke più amato della California.

L'operazione porta così a 90 le insegne del gruppo, un numero destinato a crescere ulteriormente in previsione delle nuove 80 aperture tra Europa e Stati Uniti del prossimo anno, portando così il brand del pesciolino a 170 negozi diretti e un fatturato superiore ai 100 milioni di euro.

### ***Il mercato americano: non solo la West Coast***

Poke House, che ha chiuso il 2021 con un fatturato superiore ai 40 milioni di euro, supporterà lo sviluppo di Sweetfin negli Stati Uniti attraverso un piano di sviluppo che prevede imminenti 40 nuove aperture nei prossimi anni tra la West Coast - dove Sweetfin è già presente con 14 locali tra Los Angeles, San Diego e Orange County - il Texas e l'Arizona, e attraverso la condivisione di know-how tecnologico, uno degli asset strategici più importanti del modello di business di Poke House, insieme al delivery. L'home delivery - una delle leve del successo di Poke House nel Vecchio Continente - avrà un ruolo centrale anche negli Stati Uniti.

L'"esperienza Poke House" è una parte essenziale della strategia della società che, attraverso studiate scelte estetiche e di design, vuole regalare ai clienti un momento di evasione e la sensazione di trovarsi su una spiaggia della West Coast: l'intensità dei colori che richiama le sfumature dei tramonti sulle rive dell'oceano, la semplicità degli arredi dai materiali naturali, e la selezione di quadri ispirati alla street-art di Los Angeles sono studiati per rievocare le atmosfere calde e accoglienti tipiche delle città californiane.

### ***Non semplicemente una catena di poke, ma una foodtech***

Il successo di Poke House si fonda infatti, proprio su un modello ibrido, a metà strada tra retail e digital, dove la componente tecnologica svolge un ruolo fondamentale: un sistema omni-channel è stato sviluppato in casa (click & collect, APP, sistemi di pagamento), un software CRM proprietario con un programma di fidelizzazione che conta migliaia di utenti e un approccio data-driven ha permesso all'azienda di intercettare velocemente i trend di consumo e adattare rapidamente la propria offerta in 5 paesi diversi. Inoltre, Poke House ha un approccio profondo agli ordini digitali: analizza i dati delle piattaforme di consegna di terze parti per capire come variabili come le valutazioni, il tempo di preparazione e la durata media dell'ordine impattano sui volumi di business del proprio negozio

*"Facciamo il nostro ingresso nel mercato americano attraverso la porta principale, e attraverso un marchio iconico e amatissimo dai local che ha reso il poke di ispirazione californiana una vera e propria istituzione"* spiega **Matteo Pichi, Co-founder e CEO di Poke House**.

**Sweetfin: la musa di Poke House**



Sweetfin, nato nel 2017 a Santa Monica e noto per aver importato per primo negli Stati Uniti il tipico poke hawaiano, è considerato un *local hero* con un ampio e affezionato pubblico. La sua offerta si distingue per una combinazione unica di ingredienti di ispirazione californiana nonché per la qualità e la sostenibilità delle materie prime, fornite da selezionati produttori locali. Inoltre, amato e apprezzato anche via delivery - con Postmates e Ubereats - Sweetfin è uno dei brand più ordinati della California.

*“Siamo fieri ed entusiasti di essere arrivati, attraverso questa operazione, a entrare nel mercato di food retail e di food delivery più importante del mondo occidentale. La partnership con Sweetfin rappresenta la nuova pietra miliare di un percorso che ci ha visti crescere a una velocità esponenziale. In soli 3 anni siamo passati da 0 a oltre 40 milioni di euro di fatturato, abbiamo aperto più di 70 location e abbiamo visto crescere la nostra squadra che conta oltre 800 persone. Oggi, spinti dall’ambizione di portare le nostre iconiche bowl in ogni angolo delle città, annunciamo con grande orgoglio l’investimento in una società statunitense, un’operazione che dà ulteriore slancio alla nostra crescita, mettendo le fondamenta per un percorso che porterà in futuro alla quotazione di Poke House”.* - conclude **Pichi**.

*“L’operazione con Sweetfin non ha soltanto un forte valore strategico per Poke House, ma anche una straordinaria valenza simbolica. L’idea da cui nasce Poke House prende proprio ispirazione durante i miei viaggi tra la California e la Florida e dove ho avuto modo già nel 2017 di conoscere e provare Sweetfin. Uno stile unico e riconoscibile sia dal punto di vista culinario che architettonico: bowl fresche, gustose e di altissima qualità servite in un contesto progettato per trasmettere, in ogni dettaglio, quel mood positivo e solare tipico della West Coast. È un cerchio che si chiude.”* - commenta **Vittoria Zanetti, Co-Founder Poke House**.

*“Siamo orgogliosi della partnership con Poke House, il brand leader del poke in Europa con una solida presenza internazionale, un incredibile tasso crescita e un forte orientamento alla tecnologia, testimoniato dagli importanti investimenti realizzati proprio in asset tech e digital”* ha dichiarato **Seth Cohen, President e Co-founder di Sweetfin**. *“Questa operazione ci consentirà di triplicare il numero di store e penetrare in nuovi mercati. Le soluzioni tecnologicamente all’avanguardia di Poke House saranno un vero boost per implementare le nostre strategie di acquisizione clienti. Non vediamo l’ora di espandere l’esperienza gastronomica di Sweetfin in tutti gli Stati Uniti con l’aiuto di Poke House perseguendo la nostra missione di ‘fuel life through freshness’”* conclude **Cohen**.

L’operazione è stata gestita dall’avv. Giulia Bergamasco per Poke House con il supporto di Matterhorn Legal. Cooley ha invece assistito Sweetfin e i suoi fondatori.

\*\*\*

### **Poke House – Californian soul, Hawaiian taste**

*Poke House è la foodtech nata nel 2018 dall’idea di Matteo Pichi e Vittoria Zanetti di portare un angolo di California nelle città e di farlo attraverso un format giovane e innovativo: sia nell’offerta culinaria, con poke che si ispirano fedelmente alle ricette della West Coast, sia nello stile, attraverso un design che attraverso studiate scelte estetiche vuole regalare ai clienti un momento di evasione rievocando quelle atmosfere calde e accoglienti tipiche delle città californiane.*

*Oggi Poke House rappresenta il leader europeo nel mondo delle poke bowl, con oltre 75 store in Italia, Spagna, Portogallo, UK, Francia e Stati Uniti e 800 persone nel team. Inoltre ha sviluppato un sistema omnichannel proprietario e un programma di loyalty, attorno al quale si è riunita una numerosa e fedele community di healthy food lover, che interagisce costantemente con il brand.*

### **Contatti per la stampa:**

Barabino & Partners

Adela Leka

a.leka@barabino.it



Tel. 329 6148803  
Ilaria Calvanese  
i.calvanese@barabino.it  
Tel. 349 3181271