

Pierwsze wzmianki o sushi w Japonii pochodzą z VIII wieku naszej ery. Dzięki dbałości o zachowanie i kultywowanie tradycji, zasady przygotowywania i podstawowe rodzaje dań przetrwały do dziś w formie niezmienionej. Światowy sukces tej potrawy, podobnie jak w wypadku narodowych dań z innych krajów, zawdzięczamy japońskim dzielnicom w największych miastach Stanów Zjednoczonych. To właśnie stamtąd surowa ryba w ryżu, owinięta w liście alg, ruszyła na podbój świata. Do naszego kraju dotarła dopiero ok. 2000 roku. Dzięki wielu podobieństwom kuchni japońskiej z polską, danie to osiągnęło wielki sukces, a moda na sushi zdaje się jeszcze długo nie przeminąć.

Sprawdzimy zatem, jak funkcjonuje rynek lokali, przygotowujących i serwujących sushi i czy jest na nim miejsce na kolejne restauracje. Przybliżymy podstawy przyrządzania dań, doradzimy, jak założyć lokal i poszukamy zysków.

Charakterystyka rynku

Choć branża gastronomiczna była jedną z niewielu, które nie odczuły skutków kryzysu i rozwija się z roku na rok, to poszczególne segmenty tej branży przechodzą cykliczne wahania.

Klienci, nasyceni wszechobecną kuchnią włoską czy polską, zaczęli odkrywać dania z innych stron świata, takie jak sushi.

Jak podaje CBOS, ok. 7% Polaków zamawia dania z dostawą do domu. Jest to dużo gorszy wynik niż w przypadku mieszkańców krajów zachodnich. Dzięki temu, że wciąż tylko co jedenasta osoba stołuje się poza domem kilka razy w tygodniu, polski rynek gastronomiczny, obejmujący także restauracje sushi, jest bardzo perspektywiczny. Jego ogólna wartość wyniosła w 2011 ok. 29 mld zł, a na koniec roku 2012 ma szansę wzrosnąć do ponad 30 mld zł.

Bary sushi do niedawna działały w segmencie premium – obszarze gastronomii, zarezerwowanym dla zamożniejszej części klientów. Wzrost popularności tego typu miejsc, rosnąca konkurencja, spadek cen produktów i ich większa dostępność, przesuwają lokale w kierunku casual dining – restauracji o wciąż wyższym poziomie usług, jednak z dostępniejszą cenowo ofertą. W Polsce sushi wciąż ma najwięcej wspólnego z jedzeniem ekskluzywnym, podczas gdy na zachodzie Europy czy w Stanach Zjednoczonych jest jedną z tańszych, fast-foodowych potraw. Prędzej czy później trend ten dotrze także do naszego kraju. Tymczasem działające lokale korzystają z pewnej elitarności i ekskluzywności, które to cechy przynoszą im przyzwoite zyski.

Konkurencja

Pierwszy bar sushi w Polsce powstał w Warszawie w roku 2000. Na przestrzeni 11 lat liczba takich lokali w całym kraju urosła do kilkuset. Nie wszystkim działającym na rynku lokalom udało się utrzymać wysoki poziom usług, w związku z czym upadły. W ich miejsce powstają nowe. Utrzymują się tylko te, które pomyślnie przejdą sprawdzian jakości.