MARCHÉ FRANÇAIS • ÉDITION 2026

Le marché du pokebowl en France

112 M€
chiffre d'affaires HT de Pokawa • 2025 • réseau France et étranger

138
points de vente Pokawa • Septembre–octobre 2026 • France et étranger

Recettes, prix et réseaux : comprendre le pokebowl en France, les modèles de restauration spécialisée et les choix de développement des enseignes.

Aperçu PDF **Marché français** **Édition 2026**



Illustration de furkanfdemir via Pexels

Objet de l’étude

Comment une offre de pokebowls devient-elle un modèle de restauration reproductible ?

Recettes, prix et réseaux : comprendre le pokebowl en France, les modèles de restauration spécialisée et les choix de développement des enseignes.

112 M€
chiffre d’affaires HT de Pokawa

138
points de vente Pokawa

900 000
pokés préparés dans le réseau Heiko

≈ +65 %
évolution annuelle des préparations Heiko

Réseaux, pas total France : Pokawa, CA 2025 et sites en septembre-octobre 2026, France et étranger ; Heiko, préparations 2025 et variation annuelle, sans ventilation par pays.

01 Quelle offre pour quelles occasions ?

Le pokebowl associe une recette, un format et un prix. Pokawa utilise notamment des formats médiums et des collaborations pour animer son offre. Ces choix permettent d’examiner le budget du déjeuner et le renouvellement des recettes.

02 Comment lire le développement des réseaux ?

Pokawa décrit un réseau de restaurants en propre et franchisés, tandis que Heiko publie un volume de préparations. Chiffre d’affaires, nombre de sites et bols servis éclairent des dimensions différentes de l’activité d’une enseigne.

03 Que change le circuit de vente ?

Le kiosque Pokawa décrit en 2022 dans un hypermarché propose des recettes fixes en format moyen, alors que la personnalisation est possible dans les restaurants du cas. Ce partenariat montre comment un changement de circuit modifie le service proposé.

Sommaire

1. Définir le pokebowl et ses circuits

1.1 Restauration spécialisée et offres adjacentes
1.2 Restaurant, kiosque et produit emballé
1.3 Activité des réseaux et marché français

2. Clients et occasions de consommation

2.1 Déjeuner, repas à emporter et autres usages
2.2 Budget, formats et choix de recettes
2.3 Fréquence d'achat et fidélisation

3. Recettes et approvisionnement

3.1 Riz, végétaux et garnitures
3.2 Préparation, disponibilité et gestion des produits
3.3 Fournisseurs et organisation logistique

4. Économie du point de vente

4.1 Emplacement, service et volume de préparations
4.2 Prix, formats et composition de l'offre
4.3 Organisation des équipes et moyens nécessaires

5. Distribution et modèles de réseau

5.1 Restaurants en propre et franchise
5.2 Emporté, commande numérique et livraison
5.3 Kiosques et partenariats avec la distribution

6. Concurrence et stratégies d'enseigne

6.1 Cas Pokawa et Heiko : périmètres distincts
6.2 Animation des recettes et collaborations
6.3 Différenciation des indépendants et des réseaux

7. Choix de développement

7.1 Choisir une clientèle et un circuit
7.2 Déploiement, partenaires et conditions d'exploitation
7.3 Indicateurs d'activité à suivre