

Il mercato del pokè in Italia
Analisi e trend di crescita



CONNECTING AMAZING ENTREPRENEURS AND VISIONARY INVESTORS

ANALISI DI MERCATO

A. Overview sul mercato del pokè in Italia

1. Dimensioni del mercato e prospettive di crescita

Il pokè, pronunciato “pok-ei” (a pezzetti), piatto tipico della cucina hawaiana ad oggi estremamente noto a livello mondiale, deve la sua popolarità allo chef Sam Choy, che lo ha reso celebre negli Stati Uniti per poi farlo diventare uno dei **food trend** più influenti degli ultimi anni¹. A conferma di ciò, solo tra il 2014 e il 2017 il numero di ristoranti pokè è raddoppiato negli **USA** da 370 a 700², per arrivare a **1811** nel 2018 secondo una ricerca del Washington Post³. In termini di valore di mercato, nel 2020 il settore dei pokè bar ha raggiunto **\$1.74B** e si stima che possa arrivare a **\$2.9B** nel 2024 crescendo ad un CAGR del 14%⁴. In **Italia** il pokè è arrivato nell’ottobre del 2017 quando *I love Pokè* ha aperto il suo primo store a Milano mentre nei primi mesi del 2018 *Ami Pokè* è stato il *first mover* a Roma e, primo Hawaiian Bar⁵ in Italia. Anche nel nostro Paese il pokè ha raggiunto ampio successo in poco tempo diventando l’ottavo cibo più ordinato a domicilio nel 2020 e crescendo di oltre il **133%** rispetto al 2019⁶. Il mercato delle pokerie in Italia ha registrato nel 2020 un valore di **€86M**, passando a **€98M** nel **2021** e che si prevede possa raggiungere i **€143M nel 2024**⁷.

¹ Schachter, M (2021): “la vera storia del pokè” Available at: <https://www.lacucinaitaliana.it/news/trend/la-vera-storia-del-poke/>

² Sushi e Noodles (n.d.) “Pokè Bowl: caratteristiche e valori nutrizionali” Available at: <https://www.sushienoodles.it/poke-bowl-origine/#:~:text=Inoltre%2C%20dal%202014%20al%202017,passando%20da%20342%20a%20700.>

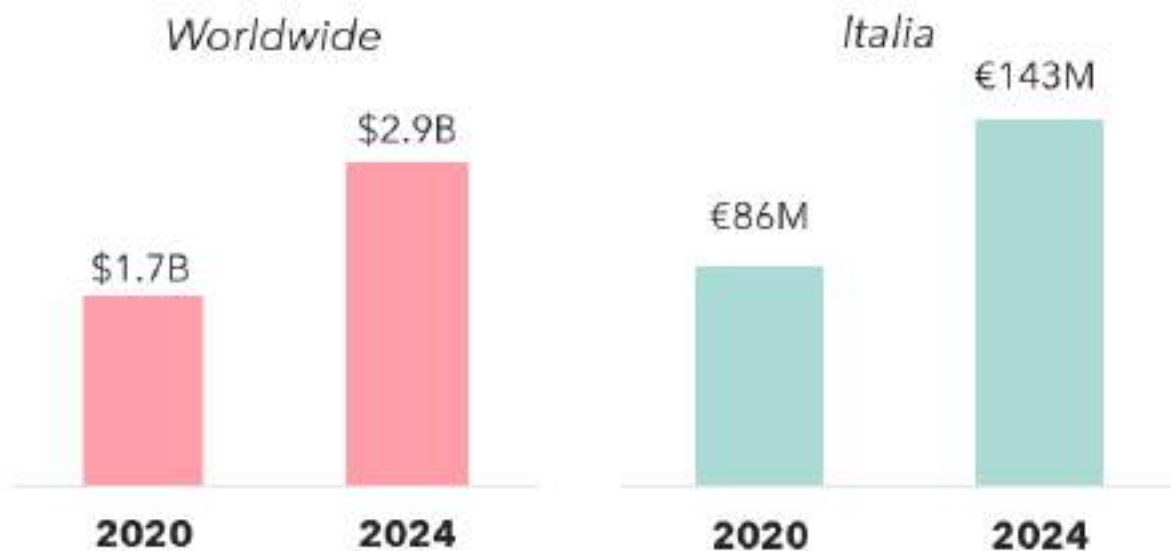
³ Judkis, M (2018) “Poke’s popularity surges even as arguments about authenticity heat up” Available at: <https://www.washingtonpost.com/news/voraciously/wp/2018/08/23/pokes-popularity-surges-even-as-arguments-about-authenticity-heat-up/>

⁴ Technavio (2020): “Poke Foods Market Report, 2020” e analisi Cross Border Growth Capital

⁵ Redaelli, L (2018): “Dove mangiare il poke? I migliori ristoranti in Italia” Available at: <https://www.lofficielitalia.com/food/poke-cos-e-ristoranti-italia-milano-dove-mangiarlo>

⁶ Pacifico, R (2020): “Just Eat presenta la Mappa del Cibo a domicilio in Italia” Available at: <https://www.mark-up.it/just-eat-presenta-la-mappa-del-cibo-a-domicilio-in-italia>

⁷ Analisi Cross Border Growth Capital



2. Trend di mercato

Il consumo di pokè bowl è aumentato negli ultimi anni grazie a food trend ben definiti, tra i quali la scelta sempre più marcata dei consumatori di prediligere piatti e ingredienti salutari a scapito del junk food⁸. Deliveroo, una delle più importanti piattaforme di food-delivery, ha dichiarato infatti che gli ordini contenenti opzioni salutari sono più che **triplicati** nel 2021, mentre nel 2020 la European Food Agency ha dichiarato che il pokè occupa la nona posizione sui top 30 cibi ordinati⁹.

Il crescere della consapevolezza delle Linee Guida Alimentari (*Healthy Dietary Guidelines*) da parte dei consumatori, in particolare negli Stati Uniti, è considerato un ulteriore risultato dato dell'enfasi posta sul consumo di prodotti salutari, tra cui il pokè. Infatti, nel 2020/2021 più del 50% dei consumatori ha dichiarato di essere maggiormente consapevole delle proprie scelte alimentari rispetto al 2010, confermando un'attenzione particolare alla provenienza e al valore nutrizionale degli ingredienti¹⁰.

⁸ Ferri, K (2020): "Food delivery, un trend che non si arresta" Available at: <https://www.proiezioniidiborsa.it/food-delivery-un-trend-che-non-si-arresta/>

⁹ European Food Agency (2020): "The 100 most popular dishes in Italy and in the world, according to Deliveroo" Available at: <https://www.efanews.eu/item/15592-the-100-most-popular-dishes-in-italy-and-in-the-world-according-to-deliveroo.html>

¹⁰ International food information council (2020): "COVID-19 Pandemic Transforms the Way We Shop, Eat and Think About Food, According to IFIC's 2020 Food & Health Survey" Available at: [globenewswire.com/en/news-release/2020/06/10/2046323/0/en/COVID-19-Pandemic-Transforms-the-Way-We-Shop-Eat-and-Think-About-Food-According-to-IFIC-s-2020-Food-Health-Survey.html](https://www.globenewswire.com/en/news-release/2020/06/10/2046323/0/en/COVID-19-Pandemic-Transforms-the-Way-We-Shop-Eat-and-Think-About-Food-According-to-IFIC-s-2020-Food-Health-Survey.html)

Il carattere fortemente **personalizzabile** del pokè rappresenta un ulteriore aspetto a favore della sua popolarità, infatti, essendo gli ingredienti facilmente intercambiabili, il cliente può dar spazio alle proprie preferenze e al proprio gusto personale. Il pokè nasce non solo come un piatto a basso contenuto di grassi ma anche come un prodotto esteticamente piacevole, **“instagrammabile”** e perciò particolarmente presente nelle foto degli user sui social media. È inoltre considerato un piatto molto appetibile per le nuove generazioni: infatti i millenials, attenti alla salute e alla qualità di ciò che mangiano, prediligono il pokè ad altre alternative per un pranzo o una cena¹¹.

Il pokè è inoltre un piatto perfettamente funzionale al delivery, trend in forte aumento negli ultimi anni e, in particolare, durante la pandemia da Covid-19. Solo la piattaforma Deliveroo ha registrato un aumento di transazione gestite del **130% YoY**, raddoppiando il numero di clienti attivi a **7.1M** nell'aprile del 2021¹². Il pokè è stato parte integrante di questa forte crescita, essendo un piatto pratico e funzionale, consumabile da freddo, facilmente componibile ed estremamente compatibile con il trasporto.

B. Segmentazione del mercato e distribuzione geografica

Per quanto riguarda la distribuzione delle pokerie, in Italia sono presenti **nove catene principali** che dominano il mercato nelle maggiori città (Roma, Milano, Torino, Bologna e Napoli).

La prima in termini di fatturato è *Poke House* che di recente, con il sostegno di Eulero Capital, FG2 e Milano Investment Partners, ha chiuso **un round da €20M** per finanziare la propria espansione in Europa¹³.

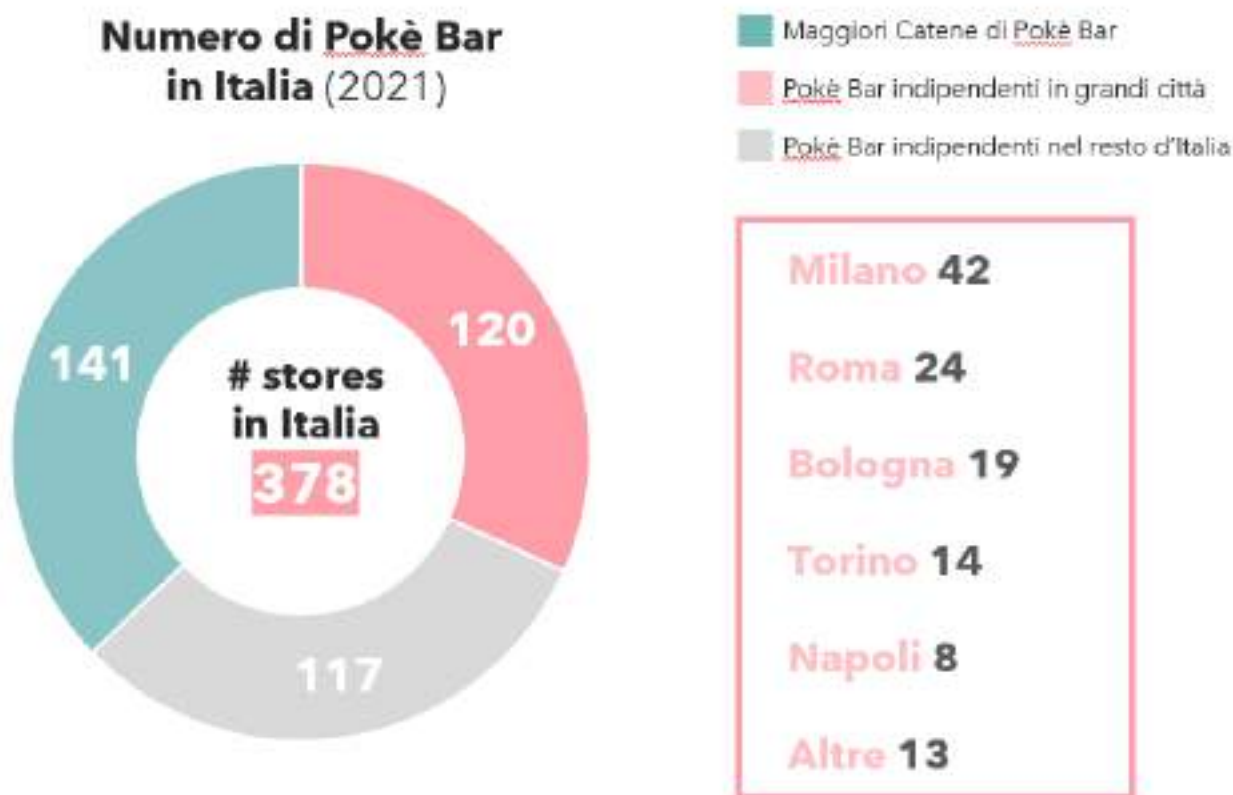
Pokeria by Nima, *I love pokè*, *Matcha Poke* sono importanti pokerie che, posizionate nelle principali città, competono su tutto territorio nazionale attraverso un modello di business che prevede sia DOS (Directly Operated Store, negozi di proprietà) che franchising. Tra le altre importanti catene si trovano *Pokescuse*, *Pokestorie* e *Waikiki Poke*. Inoltre, nelle maggiori città italiane sono stati mappati **120 Pokè bar indipendenti** che non fanno capo a nessuna delle grandi catene menzionate. Viene stimato invece che la restante parte

¹¹ Fois, F (2021): “Pokè mania: nuovo trend o moda passeggera?” Available at: <https://food-lifestyle.it/poke-mania-nuovo-trend-o-moda-passeggera/#:~:text=Ottimo%20sia%20come%20antipasto%20che,cibo%20di%20quanto%20si%20pensi>.

¹² Butler, S (2021): “Deliveroo doubles orders during latest Covid lockdown” Available at: <https://www.theguardian.com/business/2021/apr/15/deliveroo-doubles-orders-during-latest-covid-lockdown>

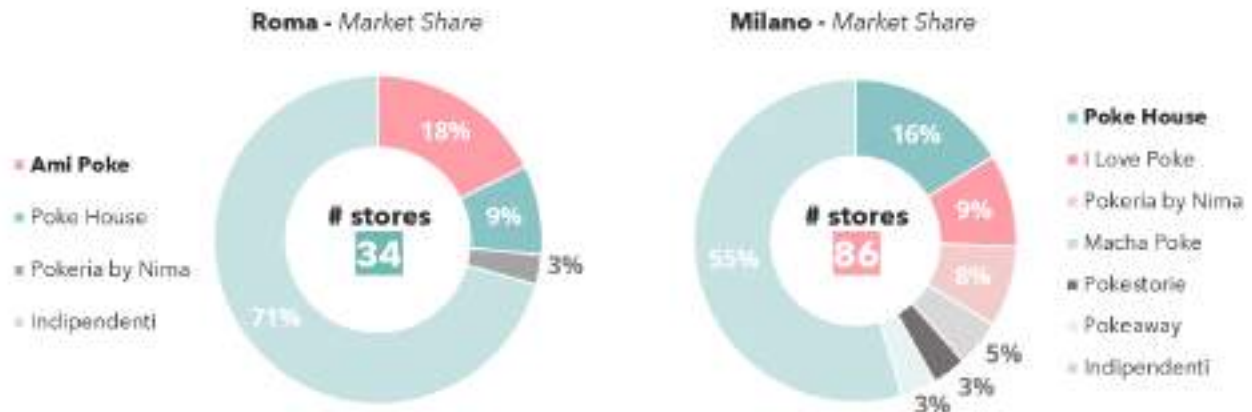
¹³ Millionaire (2021): “Poke House chiude un round da 20 milioni e apre in Francia e Regno Unito” Available at: <https://www.millionaire.it/poke-house-chiude-un-round-da-20-milioni-e-apre-in-francia-e-regno-unito/#:~:text=Al%20round%2C%20guidato%20da%20Eulero,una%20valutazione%20di%20100%20milioni>.

del territorio italiano, in particolare modo le città di provincia con una densità abitativa rilevante, sia servita da circa altrettanti Pokè Bar indipendenti, per un totale di **378 ristoranti nel 2021**.



La presenza di pokie a Roma e Milano fa voce a due catene principali, *Ami Pokè* e *Poke House*. Per quanto riguarda il panorama della Capitale, *Ami Pokè* detiene il **18% del market share** ed è presente con **6 store** posizionati in zone strategiche ad alto flusso pedonale. La catena prevede di espandersi in zone limitrofe e su tutto il territorio nazionale nei prossimi anni per aumentare la propria presenza nel mercato. La restante parte del mercato vede le pokie indipendenti contare per più del **70% del mercato** mentre *Poke House* e *pokeria by Nima* detengono rispettivamente il 9% e il 3%.

Al contrario di Roma, lo scenario milanese è maggiormente consolidato nelle mani di più catene, capeggiato da *Poke House* con il 16% delle quote di mercato e presente ad oggi (luglio 2021) con **14 store** attivi nella città e, a sua volta, con forti mire espansionistiche all'estero, contando **più di 10 store** operativi tra Spagna e Portogallo. Altre catene che si contendono il settore sono *I love poke* e *Pokeria by Nima*, che detengono rispettivamente il 10% e il 9%, e a seguire, *Macha Poke*, *Pokestore* e *Pokeaway* per un totale di 11%. Le pokie indipendenti rappresentano il **55% del mercato**.



C. Principali tendenze alla base dell'attività di M&A nel mercato delle pokie

Quello delle pokie e del **fast-casual restaurant** è un mercato sempre più in vivace fermento. A dimostrazione di ciò sono le molteplici acquisizioni e aumenti di capitale verificatisi negli ultimi anni nel settore. Oltre a *Poke House*, uno degli ultimi aumenti di capitale più rilevanti è stato quello di *I love Poke*, per un ammontare di **€14M** e concluso ad aprile 2021. Un'operazione simile è avvenuta nel caso della catena di fast-casual restaurant *Mi Scusi* che nel giugno di quest'anno ha effettuato un aumento di capitale Serie B da **€20M** sottoscritto da Milano Investment Partners, già diventata azionista della società nel round di aumento di capitale precedente da **€5M** di fine 2018.

Per quanto riguarda le acquisizioni e fusioni (M&A) di settore, esclusivamente nel verticale delle pokie, si segnalano principalmente transazioni Italia-Estero o straniera. Nel primo caso, l'acquisizione da parte di *Poke House* del 100% di *Ahi Poke* (catena di pokie londinese) per entrare nel mercato del Regno Unito¹⁴ e dell'omonima *Poke House* portoghese, con sede a Lisbona, per le stesse opportunità di espansione internazionale¹⁵. Nel secondo caso, l'acquisizione da parte di *Vendis Capital* di *Pokawa*¹⁶ nel settembre 2019, la maggiore catena di poke in Francia con sede a Parigi.

Per quanto riguarda invece il settore fast-casual restaurant, le maggiori operazioni degli ultimi anni vedono come protagoniste *Temakinho*, la cui maggioranza è stata acquistata da *Cigierre* nel 2018, e, nello stesso anno, *La Pidinaria*, di cui il fondo di Private Equity *Permira* ha acquisito il 70% del capitale. Altre operazioni che hanno visto la presenza di un player industriale, sia come target che come acquirente, sono l'acquisto di

¹⁴ Witts, S (2021): "Ahi Poké acquired by Poke House" Available at: <https://www.thecaterer.com/news/ahi-poke-acquired-by-poke-house>

¹⁵ Foodcommunity (2021) : "Poke House conquista l'Europa. L'espansione inizia da Portogallo e Spagna" available at <https://foodcommunity.it/poke-house-europa-portogallo-spagna/>

¹⁶ Mergermarket : Pokawa was acquired by Vendis Capital

Chef Express del 100% di *Juice bar*¹⁷ e l'acquisto di *OpCapita* del 100% di *Gruppo Sebeto (Rossopomodoro)* a conferma di un forte **trend di consolidamento** che si sta verificando nel settore.

¹⁷ Chef Express (n.d.): "Chef Express acquisisce "Juicebar" Available at: Chef Express acquisisce "Juicebar" - Chef Express



GROWTH CAPITAL

CROSS BORDER

CONNECTING AMAZING ENTREPRENEURS
AND VISIONARY INVESTORS

Piazza Diaz 5 – 20123 Milano

 02 782138

 growthcapital@crossborder.it

 Growth Capital srl

 www.growthcapital.it