

Rapport

150 pages

Etude de la base
Food Service Tracking®
1^{er} semestre 2018

**Revue de l'offre
distributeurs**

*Optimisez et adaptez
votre stratégie
promotionnelle, votre offre
et vos innovations*



**Revue semestrielle
de l'offre
distributeurs**

*Optimisez et adaptez votre stratégie
promotionnelle, votre offre et vos
innovations*

*Quels sont les faits marquants et les chiffres clés de la promotion ?
Comment évoluent les parts de voix, les stratégies d'animations, les communications
catalogues ou encore le positionnement prix des distributeurs ?
Quelles sont les catégories de produits les plus mises en avant cette année ?*

Les premières tendances à fin octobre 2018

*Une année remarquable avec une rupture de tendance qui voit la rationalisation des
offres promotionnelles de la distribution*

- 2 distributeurs ont fortement réduit leurs activités promotionnelles avec des stratégies différentes
- Les marques nationales perdent des parts de voix vs les produits sans marques
- Innovation et premiumisation de l'offre sont les tendances majeures de cette année

Revue semestrielle de l'offre distributeurs

*Le seul rapport en hors domicile qui vous permet de comprendre les stratégies des
distributeurs à travers leurs activités promotionnelles*

Analyser les stratégies d'offre et de marque des différentes enseignes

Découvrir l'évolution des pratiques promotionnelles des distributeurs

Décrypter leur positionnement prix

Revue semestrielle de l'offre distributeurs

Optimisez et adaptez votre stratégie promotionnelle, votre offre et vos innovations

Plan

- _ Evolutions de l'activité promotionnelle de la distribution
- _ Changement éditoriaux et messages clés
- _ Analyse des catégories produits mises en avant
- _ Opérations promotionnelles et analyses prix

Exemples de données

Pour plus d'informations, [cliquez ici](#)

Les chiffres à retenir : La promo 2016

TOTAL ALIM	2015	2016	Evol 2016 vs 2015
Nombre de promotions	67 952	70 242	3,4%
Nombre de références	25 770	26 248	1,9%
Fréquence promotionnelle	2,6	2,7	1,5%

+3,9% de promotions avec logo nouveau **NOUVEAU**

MARQUES NATIONALES VS MDD MARQUE NATIONALES +0,1pt soit 59% de PDV promo
MDD -0,1pt soit 19% de PDV promo

Après une année 2015 record avec +10% de promotions, les distributeurs continuent à augmenter les insertions promo +3,4%.
L'année 2015 a été un record en innovation également +22%, en 2016 ca continue +3,9%
Les marques nationales continuent de se développer plus fortement que les MDD

04 37 45 02 65 contact@foodservicevision.fr www.foodservicevision.fr

Pression promotionnelle des distributeurs

Ranking des parts de voix distributeurs

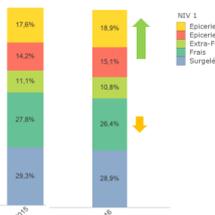
Distributeur	PDV promos	Evol PDV promos (pts)	Nb promos	Evol nb promos vs	Evol nb promos %
METRO	20,5%	-1,1	14 419	-207	-2,1%
Passion Froid	10,5%	-0,6	7 366	-175	-2,3%
Transgourmet	9,9%	-0,3	6 928	-2	-0,0%
Promocash	9,7%	0,2	6 810	264	3,9%
France Frais	9,4%	-0,4	6 601	-90	-1,3%
Episaveurs	9,2%	2,4	6 463	1 847	29,0%
Brake	6,0%	0,8	4 213	686	16,4%
Pro à Pro	5,7%	-1,0	4 027	-376	-9,3%
Davigel	4,9%	0,3	3 410	318	10,2%
G&G&C	4,2%	0,0	2 966	122	4,1%
DS Restauration	4,1%	0,5	2 852	446	18,5%
Relais d'Or Miko	3,8%	-0,1	2 640	-29	-1,1%
G.R.A.	2,2%	-0,6	1 569	-370	-19,1%

Les 2 leaders Metro et PPF rationalisent leur promotions. Episaveur développe très fortement ses promos en 2016 (rachat de Trendy et Européenne food).

04 37 45 02 65 contact@foodservicevision.fr www.foodservicevision.fr

En 2016, Le surgelé reste la catégorie la plus promotionnée mais l'épicerie se développe fortement quelle soit sucrée ou salée.

Répartition du nombre de promotions (%)



NB PROMO	2015	2016	Evol 2016 vs 2015
Surgelé	19 698	20 270	1,3%
Frais	18 877	19 942	+5,6%
Extra-Frais	7 549	7 555	0,1%
Epicerie salée	9 655	10 406	9,8%
Epicerie sucrée	11 973	13 269	10,8%

04 37 45 02 65 contact@foodservicevision.fr www.foodservicevision.fr

Méthodologie

Univers analysé :

14 distributeurs leaders (1) de la CHD et près de 500 parutions catalogues

Période :

1^{er} semestre 2018 VS 1^{er} semestre 2017

(1) Brake, Davigel, DS Restauration, France Frais, Gral, Gedal, Metro, Episaveurs, Krill, Passion Froid, Pro à Pro, Promocash, Relais d'Or Miko, Transgourmet,

**Revue semestrielle
de l'offre
distributeurs**

*Optimisez et adaptez votre stratégie
promotionnelle, votre offre et vos
innovations*

Bon de commande

Merci de compléter cette page et de nous la faire parvenir à l'adresse mail suivante :
m.chasles-parot@foodservicevision.fr

Revue annuelle de l'offre distributeurs

Tarifs 2018

- Je souhaite recevoir le rapport « Revue semestrielle de l'offre distributeurs »
Version au format papier et PDF + présentation du rapport par un consultant expert

Tarif **abonnés** Food Service Tracking® Distribution : 3 490 € HT

Tarif **non abonnés** Food Service Tracking® Distribution : 5 290 € HT

Nom :

Email :

Prénom :

Tel :

Société :

Date :

Adresse :

Signature et tampon :

PO :

Conditions de règlement : 100% à la commande. Règlement à 30 jours date de facture
Tarification hors frais de déplacement

Revue semestrielle de l'offre distributeurs

Optimisez et adaptez votre stratégie promotionnelle, votre offre et vos innovations

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE :

La validation par le donneur d'ordre de sa commande vaut acceptation des présentes Conditions générales pleinement et sans réserve.

Article 1 - OBJET

L'objet du présent contrat est de définir les modalités et les conditions selon lesquelles **FOOD SERVICE VISION** met à disposition du donneur d'ordre l'étude multi clients. Ces études multi clients sont établies sur la base d'éléments objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs récoltés par la société. **FOOD SERVICE VISION** fait une analyse de ces éléments objectifs afin d'élaborer des lignes directrices figurant dans les études multi clients.

Article 2 - OBLIGATIONS DU DONNEUR D'ORDRE

Il appartient au donneur d'ordre de définir ses besoins et de rechercher si les spécifications des études multi clients y sont adaptées, compte tenu des objectifs qu'il poursuit. **FOOD SERVICE VISION** a mis à la disposition du donneur d'ordre toutes les informations souhaitées pour lui de sorte qu'il puisse prendre toutes décisions utiles.

La société **FOOD SERVICE VISION** confère au donneur d'ordre le droit, non transférable, de faire usage pour son compte unique et personnel des études multi clients et des informations qu'elles contiennent, et ce, dans l'unique cadre de son activité.

Le donneur d'ordre s'oblige à n'employer les informations qu'à des fins licites, conformément à la législation en vigueur.

Ainsi, il ne pourra céder à un tiers aucune information fournie et sera tenu responsable de toutes conséquences directes ou indirectes qui pourraient découler de l'utilisation non conforme aux présentes conditions générales de vente des études multi clients ou des informations qu'elles contiennent.

Article 3 - OBLIGATIONS DE FOOD SERVICE VISION

3.1 - Livraison

Les informations contenues dans les études multi clients fournies par **FOOD SERVICE VISION** sont transmises directement à l'utilisateur par voie électronique.

Aucune fourniture ou service complémentaire n'est implicitement compris.

3.2 - Sur l'exactitude des informations communiquées

FOOD SERVICE VISION recueille les informations figurant dans les études multi selon différentes sources et fait les meilleurs efforts pour en contrôler la crédibilité.

Cependant, malgré tous ces efforts, **FOOD SERVICE VISION** ne peut pas garantir l'exactitude pleine et entière du contenu des études multi. Le donneur d'ordre utilise les informations de **FOOD SERVICE VISION** en connaissance de cause.

Article 4 - PRIX

Les prix présentés par **FOOD SERVICE VISION** sont indiqués en euros, hors taxes (HT) auxquels s'appliquent les taux de TVA en vigueur. Toutes les commandes, quelle que soit leur origine, sont payables en euros à trente jours date de facture. **FOOD SERVICE VISION** se réserve le droit de modifier ses prix à tout moment. Les produits sont toujours facturés sur la base des tarifs en vigueur au moment de l'enregistrement de la commande.

Article 5 - RESPONSABILITE

FOOD SERVICE VISION est soumise de manière expresse à une obligation de moyens.

En cas de mise en œuvre de la responsabilité de **FOOD SERVICE VISION**, le montant de la réparation dû ne pourra excéder le prix de l'étude mise à la disposition du donneur d'ordre.

Article 6 - REFERENCES

FOOD SERVICE VISION aura le droit de faire figurer le nom du donneur d'ordre sur une liste de références, sauf dérogation expresse du donneur d'ordre.

Article 7 - TOLERANCE

Le fait par l'une des parties de ne pas se prévaloir d'un manquement de l'autre partie à l'une quelconque des obligations visées dans les présentes, ne saurait être interprété pour l'avenir comme une renonciation à l'obligation en cause.

Article 8 - CLAUSE D'ARBITRAGE

En cas de litige, les deux parties s'engagent à tout mettre en œuvre afin de résoudre le litige à l'amiable avant d'engager une action en justice

Article 9 - ATTRIBUTION DE COMPETENCE

Les présentes conditions générales sont soumises à la loi française.

En cas de litige non résolu à l'amiable, qu'il soit relatif à l'interprétation ou l'exécution des présentes, et même en cas d'urgence, compétence exclusive est attribuée au Tribunal de commerce de **LYON** qu'il y ait ou non pluralité de défenseurs ou appel en garantie.

Dans le cas où l'une des parties engage une action judiciaire, la partie qui gagne son procès sera en droit d'obtenir le remboursement de ses frais et honoraires.