

ÉDITION 2026

La Revue Distribution

De plus en plus puissant, mais toujours vigilant

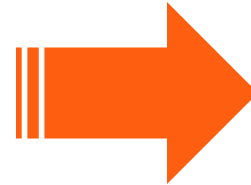
Partenaire étroit des restaurateurs, le secteur maintient sa croissance, mais doit rester agile et rapide face aux pressions économiques pesant sur la CHD.



Un contexte qui incite les acteurs à se renouveler



Des dynamiques de croissance hétérogènes en fonction des segments



- Des business Models à définir
- De stratégies de ciblage, d'offre, de prix, de service, de mise en marché et d'activation à adapter



Des mutations de flux de consommation, de canaux, de modèles alimentaires et économiques

La Revue Distribution 2026

Intégrez les évolutions récentes du secteur et adaptez vos feuilles de route et votre stratégie compte à compte

Décryptez

les mouvements de la distribution actuels avec précision

Anticipez

les mutations de la distribution et les leviers de croissance de demain pour disposer d'une longueur d'avance

Elaborez

des plans stratégiques à la hauteur des enjeux du marché

Alignez

les équipes sur une vision partagée du nouvel univers concurrentiel



1 – Décryptez les mouvements actuels



Décryptez les
mouvements actuels
de la distribution
avec précision

1. LES ACTEURS DE LA DISTRIBUTION

Le chiffre d'affaires atteint un niveau record en 2023

1. LES ACTEURS DE LA DISTRIBUTION

La distribution structurée représente 66 % du marché*



26 acteurs

23,0 Milliards d'€ de CA

66 % de la distribution CHD*

Source : Interviews 26 distributeurs
*Estimations (Alimentaire + Boissons) Food Service Vision – Avril 2024



La Revue Distribution – Édition 2024 / Revue destinée à : XXX

Document confidentiel - Tous droits réservés ©Food Service Vision 22

2022, pour la première fois, la distribution structurée passe le niveau de 2019 (20,0 milliards d'euros). Le marché continue de croître sur 2023, affichant une croissance de +10,5 %, et un gain cumulé de 4,2 milliards d'euros par rapport à 2019.

Source : Food Service Vision 23

2 – Elaborez vos plans stratégiques



Elaborez de plans stratégiques à la hauteur des enjeux du marché

2. LES SEGMENTS DE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

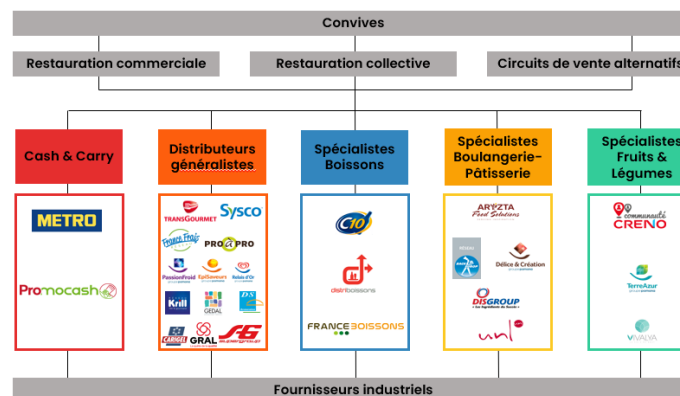
Les généralistes, modèle gagnant de 2023

2. LES SEGMENTS DE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

2022, année exceptionnelle pour les spécialistes boissons

2. LES SEGMENTS DE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

5 grands modèles stratégiques de la distribution structurée



La majorité des distributeurs opèrent dans un modèle de distribution livrée, soit généraliste, soit spécialisé par gamme ou par segment.

Les Cash & Carry ont renforcé leur service de livraison dans leur stratégie.

3 – Anticipez les mutations du marché



Anticipez les mutations de la distribution et les leviers de croissance de demain

2. LES SEGMENTS DE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

Le groupe Even Distribution se structure et attaque le marché de la Boulangerie-Pâtisserie

2. LES SEGMENTS DE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

Avec notamment des expansions à l'international

Transgourmet reprend la filiale suisse du groupe Pomona



Source : Zepro distributors

Transgourmet conforte ses positions en Suisse grâce au rachat de Pomona Suisse AG.

Cette entreprise est un grossiste proposant une large gamme de produits pour la gastronomie en Suisse alémanique et romande et comprend les sociétés DMFD (sous les marques Dupasquier et MultiFood), Gastromer, MultiFood et EJ Gmür.

Pomona Suisse AG est renommée D-Food AG. Les autres sociétés continueront à opérer sous leur nom.

Pomona accentue sa présence en Espagne



Source : Le monde du surgelé & site internet groupe Pomona

Déjà présent à travers les sociétés Frialisa en Catalogne et Novafrigo dans la région de Madrid, le groupe Pomona renforce son réseau dédié sur le **marché ibérique** de la distribution en food service, avec l'acquisition du grossiste Sanamar, spécialisé notamment sur les produits de la mer surgelés, et plus récemment la société DIL, spécialiste en produits alimentaire surgelés, située à Castellón dans la région de Valence.

METRO se développe en Suède et en Finlande



Source : Metro AG

METRO AG acquiert JOHBECO AB, dont la filiale Johan i Hallen & Bergfalk est l'un des principaux fournisseurs spécialisés **suédois** de viande, de poisson et de fruits de mer.

« La Suède et la Finlande forment ensemble le sixième plus grand marché de la restauration en Europe et possèdent l'un des marchés de viande les plus élevés »

Dr Steffen Greubel, PDG de METRO AG



La Revue Distribution - Édition 2024 / Revue destinée à : XXX



Source : Interviews 26 distributeurs & Veille - Avril 2024
Document confidentiel - Tous droits réservés ©Food Service Vision

40

tribution locale



Source : Krill

lécidé de fusionner qui ambitionne de mentaleire en CHD.

de produits locaux, 0 références multi-

es 4 départements

TS & Veille - Avril 2024
irvés ©Food Service Vision

42

4 – Alignez vos équipes



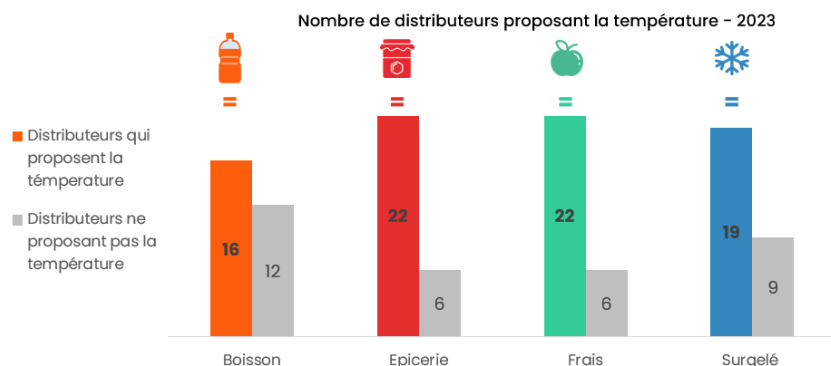
Alignez vos équipes
les équipes sur une
vision partagée du
nouvel univers
concurrentiel

4. LES STRATÉGIES D'OFFRES – PARTS DE MARCHÉ DES DISTRIBUTEURS PAR CATÉGORIES DE PRODUITS

Forte croissance des surgelés depuis 2019,
boom des boissons en 2022

4. LES STRATÉGIES D'OFFRES – PARTS DE MARCHÉ DES DISTRIBUTEURS PAR CATÉGORIES DE PRODUITS

Dans chaque température,
le nombre d'opérateurs reste stable



Source : Interviews déclaratives 26 distributeurs
* Estimations (Alimentaire + Boissons) Food Service Vision – Avril 2024



La Revue Distribution – Édition 2024 / Revue destinée à : XXX

Document confidentiel - Tous droits réservés ©Food Service Vision 68

Post Covid, les stratégies de certains distributeurs les avaient incités à développer de nouvelles températures (par exemple Pro à Pro en surgelé).

Entre 2021 et 2023, les distributeurs consolident leur périmètre.

CA Boissons 2023 :
1,1 Mds € (+58% vs 2021)

CA Alimentaire 2023 :
8,8 Mds € (+45% vs 2021)

Interviews ©Food Service Vision 69



La méthodologie

Une connexion unique aux distributeurs et des données exclusives

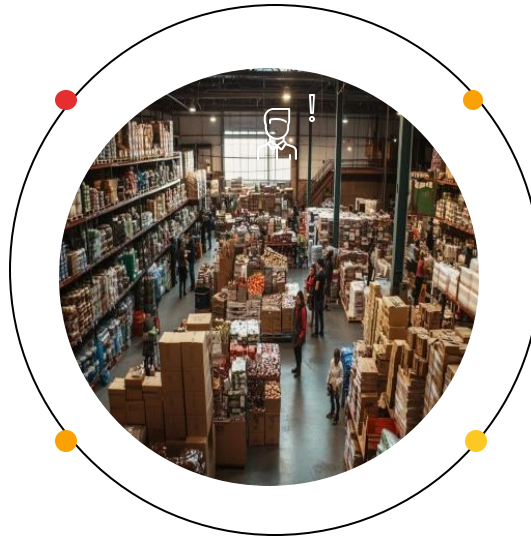
Connexion aux distributeurs clés

Contribution à la démarche de 26 décideurs clés de la distribution parmi les leaders du marché : cash & carry, généralistes, spécialistes, groupements d'indépendants
Travail d'intelligence économique et de veille approfondie pour Carigel

Tracking des tarifs

Tracking trimestriel des tarifs distributeurs

Analyse de l'inflation
Analyse de l'effet volume/valeur



Veille multicanale

Veille multicanale incluant la collecte et le traitement des informations de la presse professionnelle (services, offres, RSE...), le suivi de la présence des distributeurs lors des salons professionnels nationaux, la lecture approfondie des sites webs et publications digitales des principaux acteurs de la distribution

Tracking des promotions

Tracking mensuel des promotions des distributeurs
avec notre base de données exclusive Food Service Tracking®



Le décryptage de 27 distributeurs...



En dehors du scope de cette revue :

- Les Logisticiens (STEF, STG, ...)
- Les distributeurs communautaires/ethniques

...sur leurs stratégies à 360°



... au travers de 4 segments de la restauration



Restauration Collective



Restauration Commerciale



BCT - TOR



Boulangeries-Pâtisseries

Les chiffres de vente réalisés par les grossistes auprès des cibles suivantes ne sont pas intégrés au périmètre de l'analyse chiffrée dans ce document :

- Etablissements de crémiers fromagers (commerce de détail spécialisé dans la vente de fromages et de produits laitiers (beurre, crème, œufs, yaourts)
- Proxi / GMS (Supérettes, corner V.A.E en supermarché...)

Sommaire



AVANT-PROPOS

De plus en plus
puissant, mais
toujours vigilant



0

Contexte



1

Les acteurs
de la distribution



2

Les segments
de marché



3

Les stratégies
par cibles



4

Les stratégies
d'offres



5

Les stratégies
prix



6

Les stratégies
de services



7

Les stratégies
de mises en marché



8

Les stratégies
RSE



9

Les stratégies
d'activation

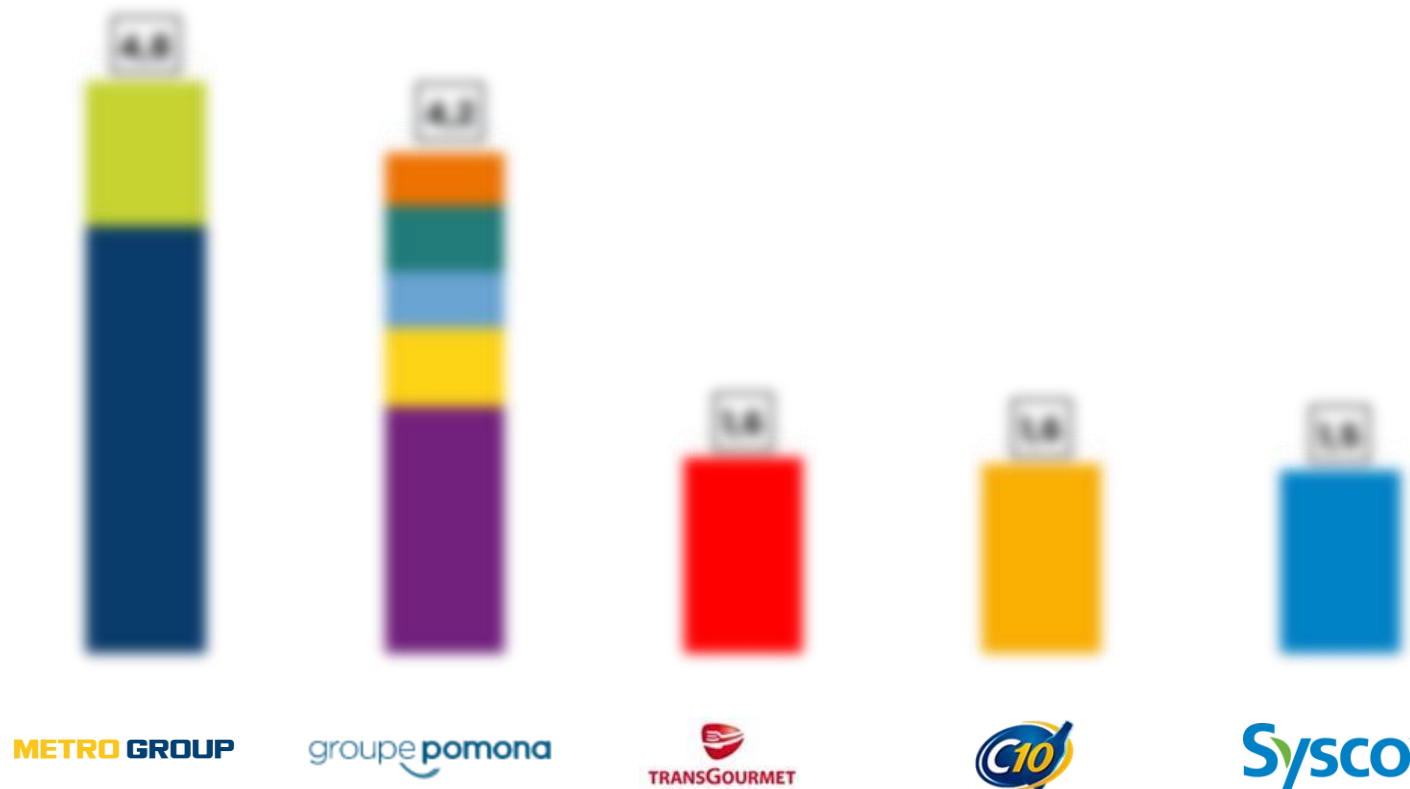


10

Enjeux

Exemples de données de sorties – rapport

Une domination par une stratégie multi-enseignes

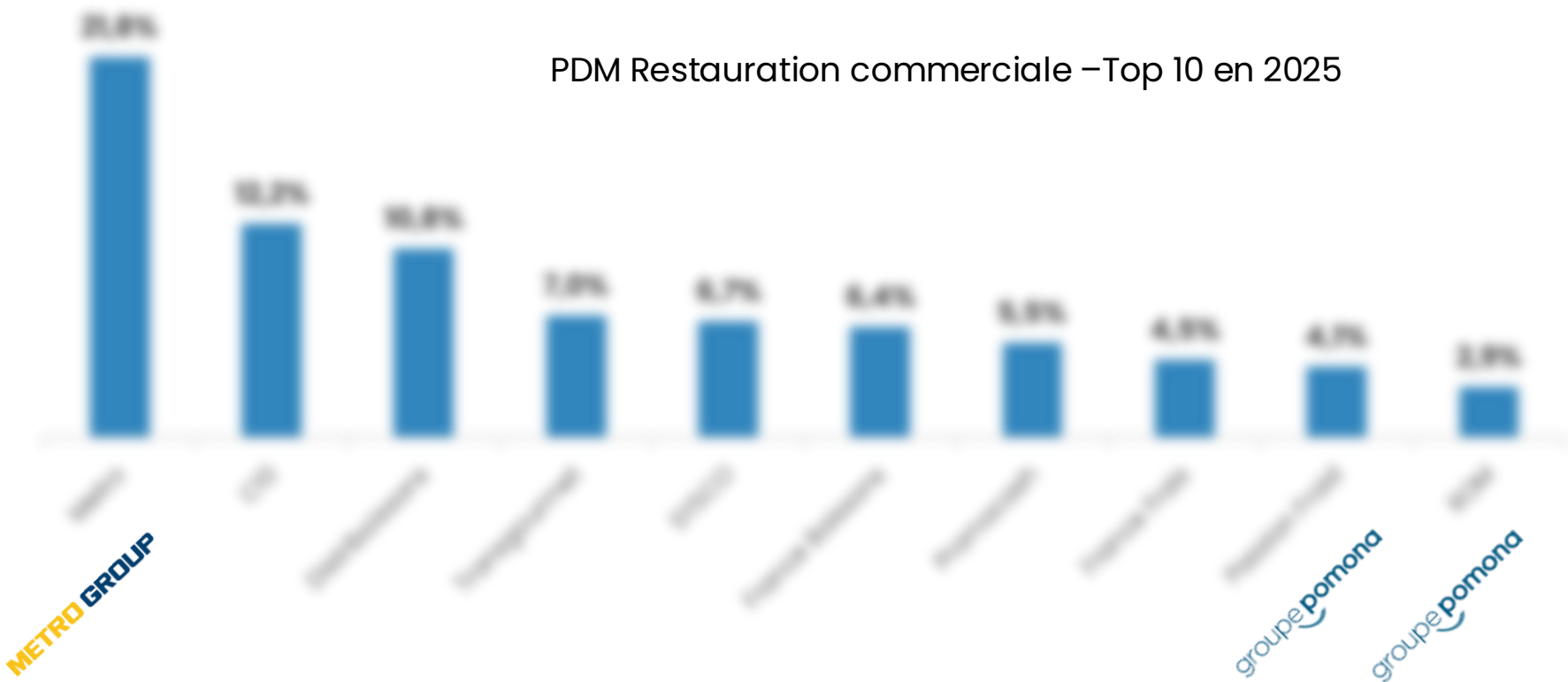


Les 2 leaders de la distribution (groupes Metro et Pomona) réalisent un CA de XX Milliards d'euros en 2026 soit environ X % de la distribution structurée.

Ce leadership s'explique notamment par la mise en œuvre d'une stratégie multi-enseignes.

Source : Interviews 26 distributeurs
Estimations (Alimentaire + Boissons) Food Service Vision – Avril 2026

Metro, leader en restauration commerciale

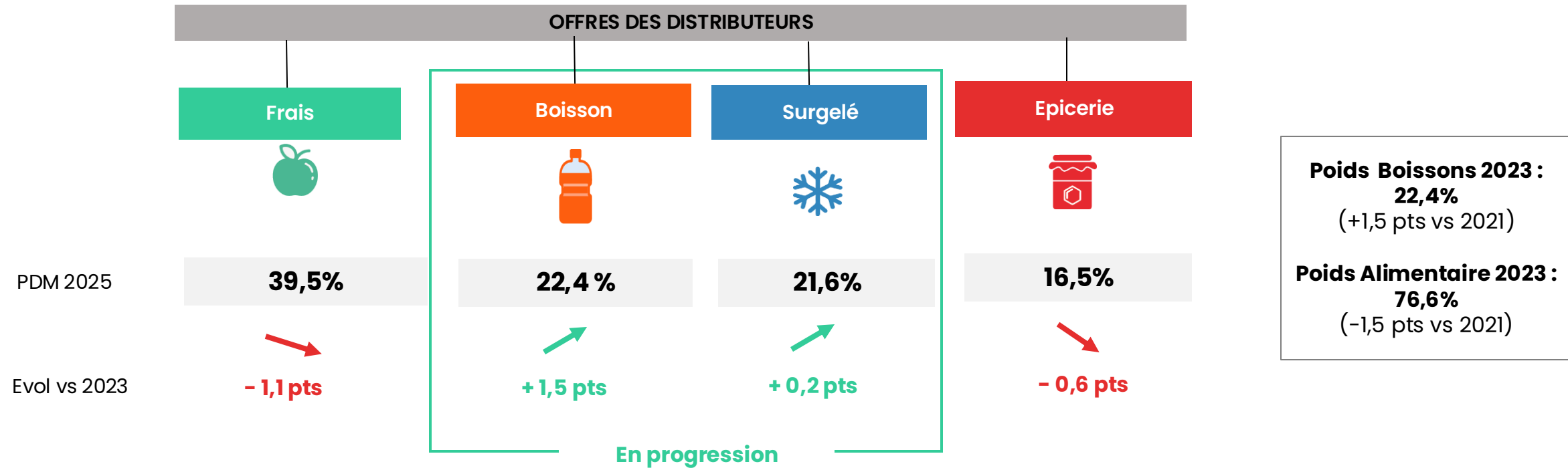


Metro est leader en restauration commerciale avec 21X% de parts de marché.

Sur le podium on retrouve deux distributeurs spécialisés dans la boisson : C10 et Distriboissons.

Source : Interviews déclaratives 26 distributeurs
* Estimations (Alimentaire + Boissons) Food Service Vision – Avril 2026

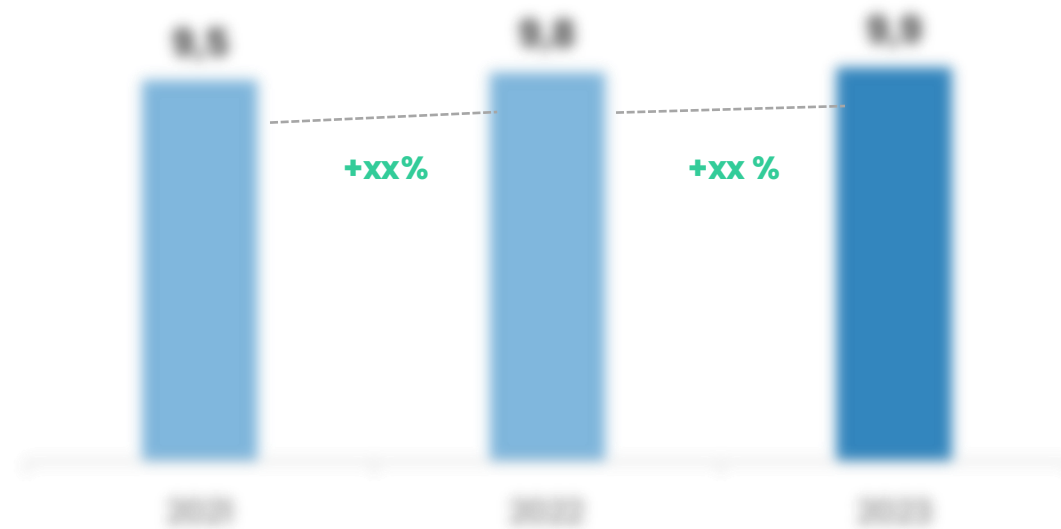
Depuis 2021, les boissons et surgelés progressent au détriment de l'épicerie et surtout du frais



Source : Interviews déclaratives 26 distributeurs
* Estimations (Alimentaire + Boissons) Food Service Vision – Avril 2026

L'élargissement des assortiments des distributeurs ralentit

Nombre de références moyen (en milliers) – Alimentaire + Boisson –
Distribution structurée



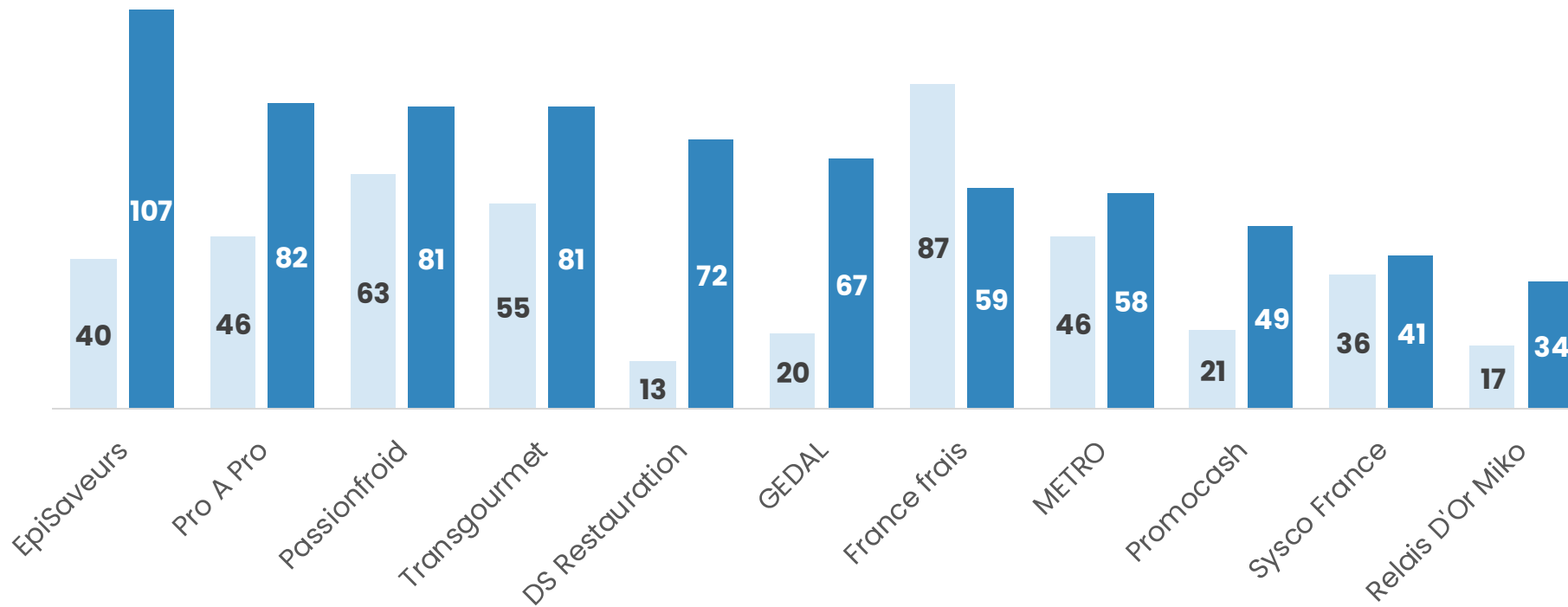
Source : Interviews 26 distributeurs
* Estimations (Alimentaire + Boissons) Food Service Vision – Avril 2026

Après des progressions substantielles des tailles d'assortiments entre 2024 et 2026, les distributeurs CHD continuent d'élargir leur offre mais beaucoup plus modestement.

Ils sont nombreux à avoir en effet entamé un processus de rationalisation de leur cœur d'offre.

Offres végétales* : la grande majorité des distributeurs investissent dans la mise en avant des produits

Nombre de promotions « veggie »* et évolution de l'offre entre 2023 et 2025

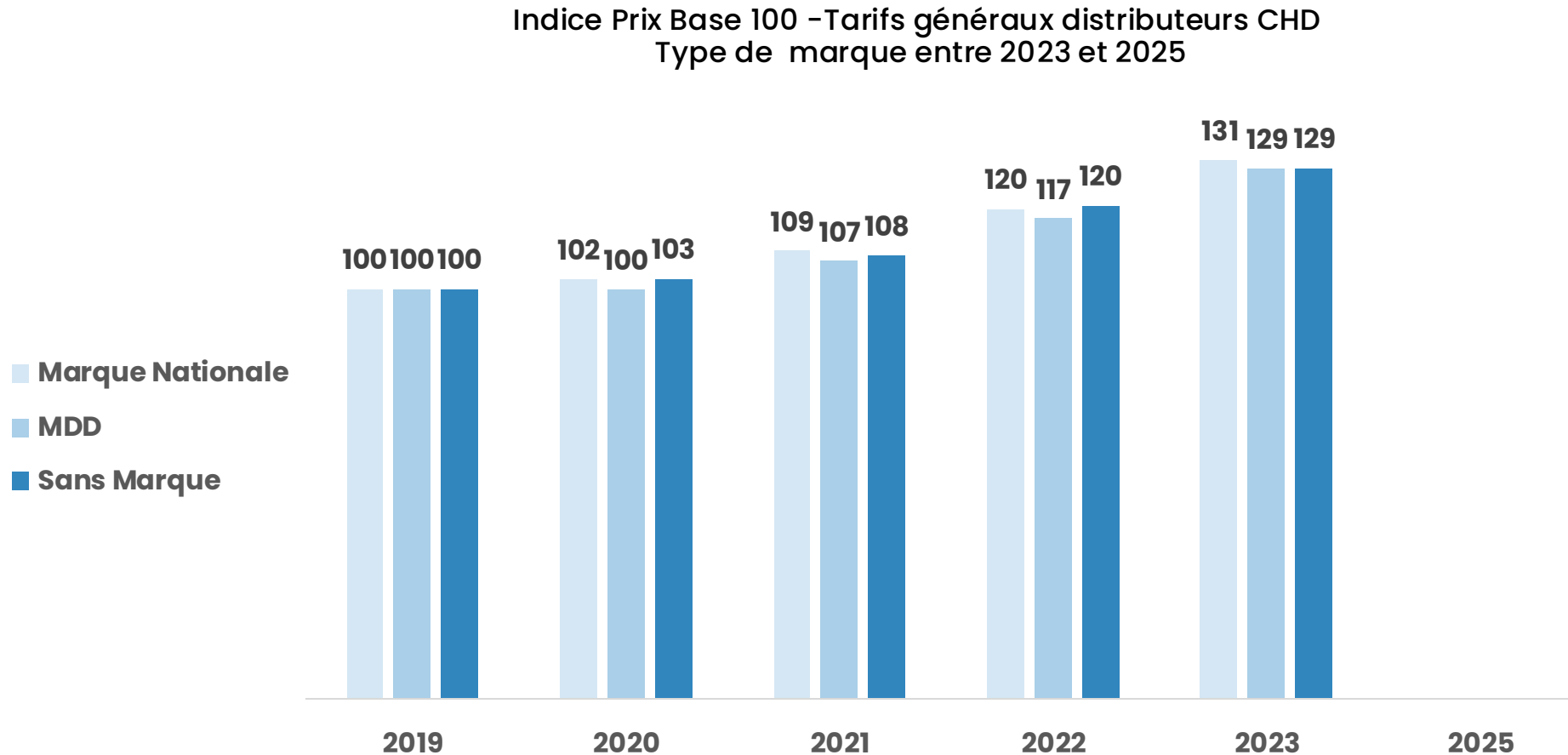


*Tous les produits mentionnés ou tagués au moins une fois dans un catalogue avec un logo ou une désignation "végétal, végan, végétarien ».



Source : Food Service Tracking® - TOP 11 sur 16 distributeurs
Total alimentaire entre 2023 et 2025

La marque nationale et la MDD, plus inflationnistes en 2023



2023 marque une plus forte montée des prix des marques nationales et des MDD (+11 et +12 pts) dans les tarifs généraux des distributeurs.

Source : Food Service Vision, Base des tarifs généraux de 7 distributeurs

Les distributeurs accélèrent le canal e-commerce



% distributeurs avec un site de e-commerce

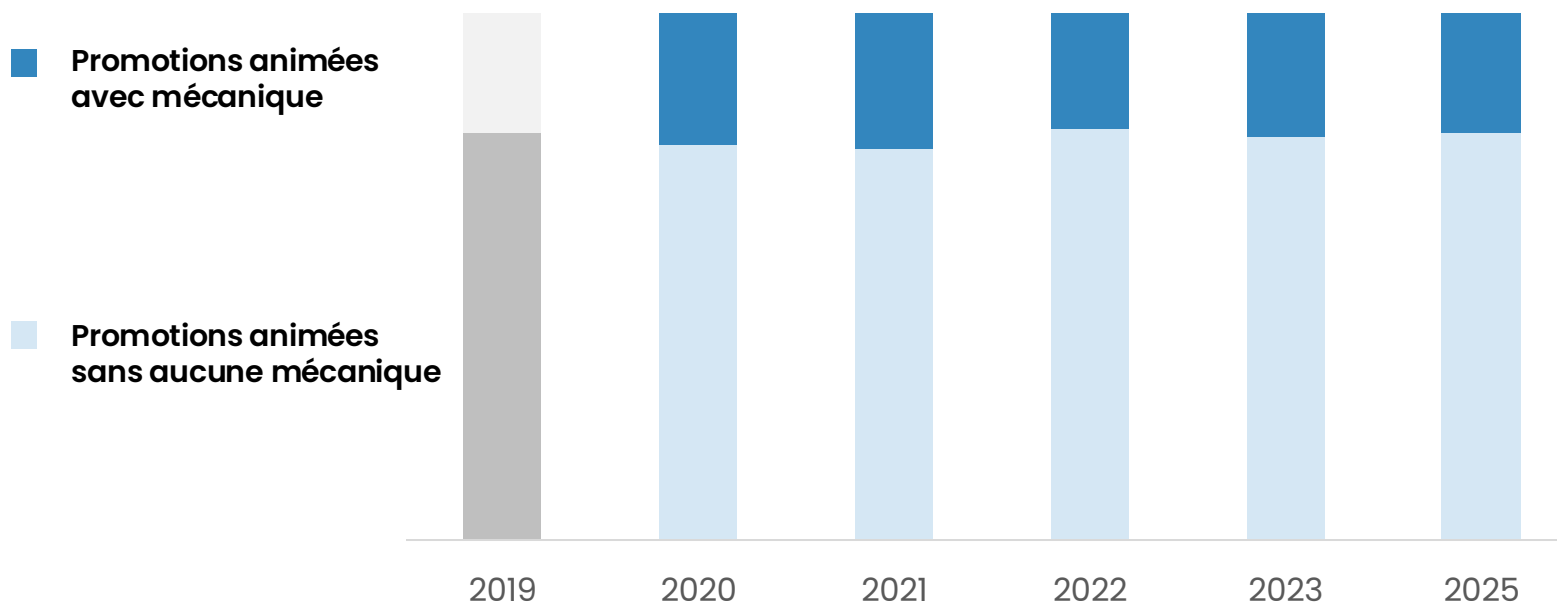


Les distributeurs accélèrent fortement le déploiement du canal e-commerce confirmant l'enjeu majeur de proposer une plateforme digitale pour les commandes des restaurateurs.

Source : Veille Food Service Vision & Interviews des distributeurs – Avril 2025

Le poids des promos "avec mécanique" repart à la hausse ...

Part de voix des promotions avec et sans mécanique au sein des catalogues distributeurs



Source : Food Service Tracking® - 16 distributeurs
Total alimentaire et boissons entre 2019 et 2025

Dans le contexte d'inflation, les distributeurs ont davantage activé leurs promotions « avec mécanique ».

Exemples de données de sorties – fiche monographique

Chiffres clés et axes de développement

Offre

Approche clients

Approche fournisseurs

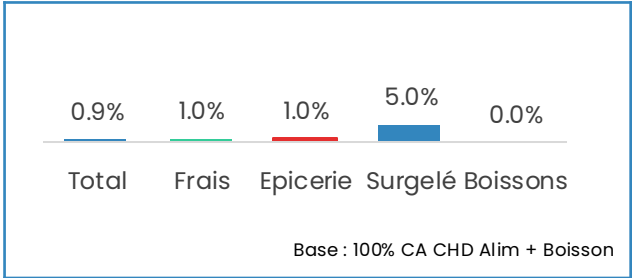
Organisation

Appartenance	xxx
Détention du capital	Indépendants
Implantations	France

Concept et positionnement

- Composé uniquement d'entreprises familiales, xxx est un spécialiste de la distribution de produits xxxx, frais et crèmes glacées auprès de la restauration commerciale - Offre principalement en MDD et marques propres	
Claim	« Complice de votre réussite ».

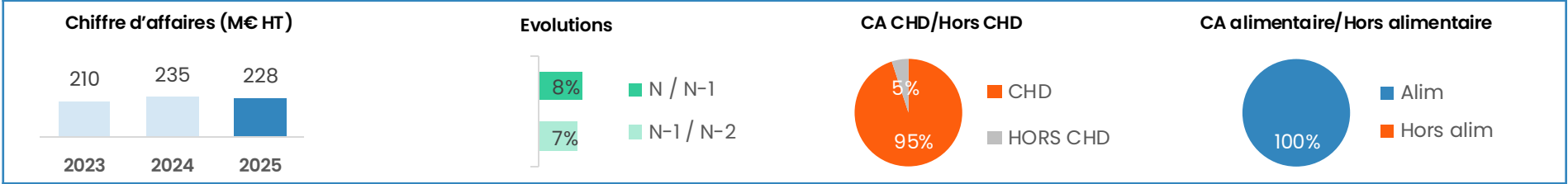
Poids de l'enseigne sur le marché



Enseignes du groupe

xxx

Chiffres clés



Effectifs

Total société	NC
Force de vente	NC
Terrain	NC
Télévente	NC

Axes de développement

Objectifs	Renforcer la présence au niveau national.
Organisation	xx distributeurs dans le groupe
Clientèle	Développement de la restauration commerciale et du snacking.
Offre	- Développement de la gamme xxx avec des produits frais en circuit court. - Développement de la gamme xxx. - Développement de l'offre veggie. - Enjeux de qualité au niveau de l'offre et du service pour mieux satisfaire la clientèle.
Services	Lancement d'un nouveau site internet avec mise en ligne des catalogues et un accès à un espace distributeur.

Logistique

Points de livraison fournisseurs	xx
Points de distribution clients	xx

Sources : Interviews Experts et Déclaratif Distributeur- avril 2024, Presse, Internet, Food Service Tracking®

Chiffres clés et axes de développement

Offre

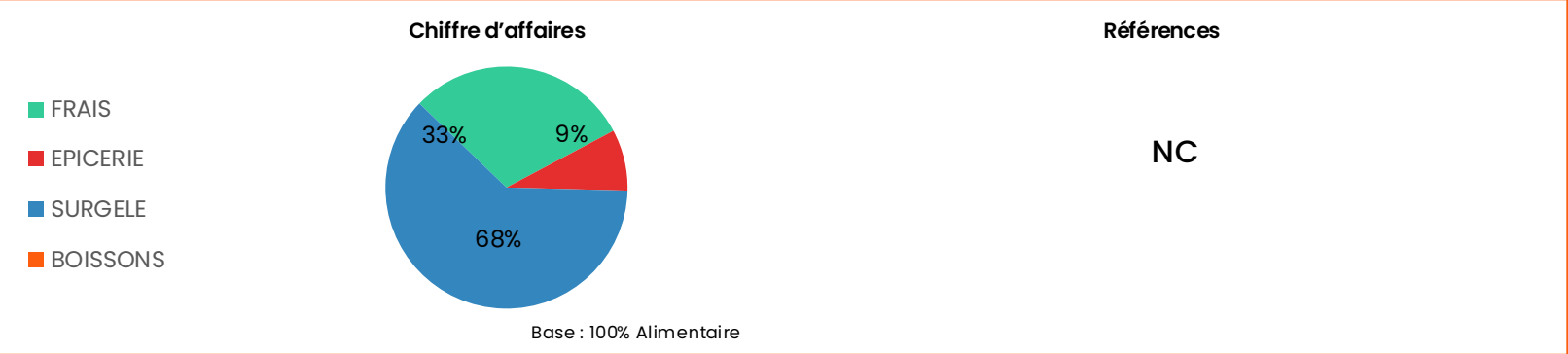
Approche clients

Approche fournisseurs

Assortiment

Références (nombre moyen par entrepôt)	1 763
Nouveautés (par an)	50
Part des MDD en CA	AUTRES MDD 100%

Répartition par température



Evolution de l'offre

	- Produits frais, circuit court, local, végétal, épicerie. - Produits bruts surgelés pour restauration commerciale haut de gamme	
Commentaires : Le snacking représente environ XX % de l'offre.		

Marqueurs de l'offre

Bio	Lancement d'une gamme produits BIO / végétale.
Végétal	Développement de l'offre veggie.
Local	Développement de l'offre locale avec la marque propre XXX filières françaises, travail avec des entreprises locales, circuit court, ...
Autre	Lancement de gammes de produits « du Monde »

Outils de vente et promotion

Tarif :	☒ National	☐ Régional
Catalogues de gamme :		Fréquence
Carte printemps-été		Annuel
Carte automne-hiver		Annuel
Catalogue général		Annuel
XXXX		Annuel
		Annuel
		Annuel
Catalogues promotionnels		Fréquence
XXXX		Mensuel

Sources : Interviews Experts et Déclaratif Distributeur- avril 2024, Presse, Internet, Food Service Tracking®

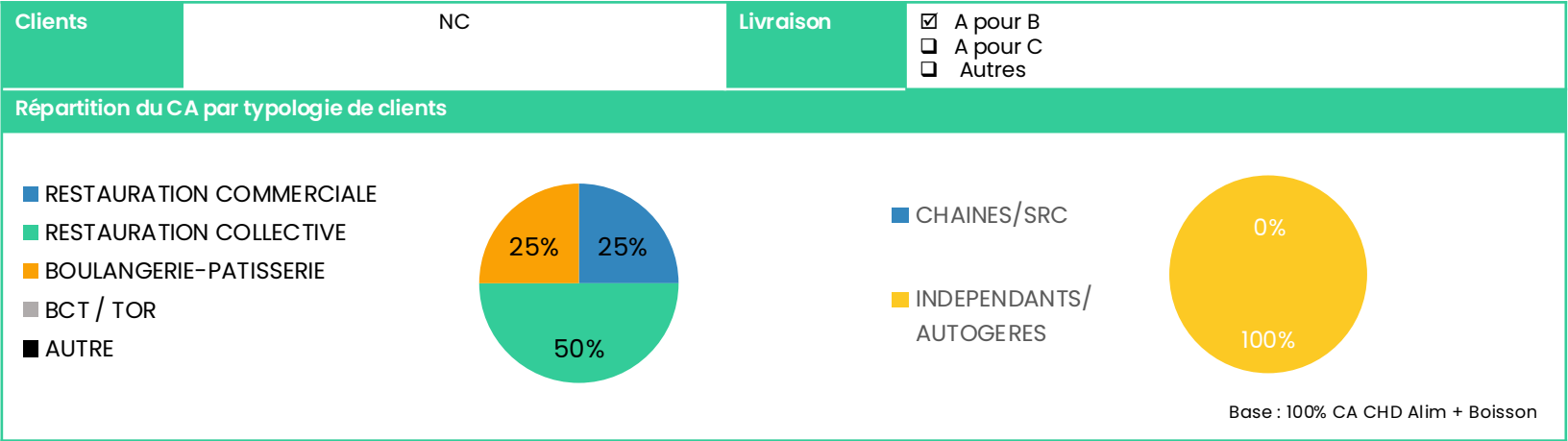
Chiffres clés et axes de développement

Offre

Approche clients

Approche fournisseurs

Clientèle



Grands comptes principaux	
NC	

Services

Livraison	➤ Renforcement des services de livraison tri température avec le développement de l'épicerie
Back Office	
Autres services	➤ Formation produits pour les commerciaux.
Commentaires :	

Digital

Outils digitaux	Commentaires	Réseaux sociaux
☒ Catalogues en ligne	➤ Catalogues (gamme et promo) digitaux disponibles sur le site internet ➤ Communication produits renforcées sur Facebook	☒ FACEBOOK 
☐ Commande en ligne		☐ YOUTUBE 
☐ Application mobile		☐ X (ex Twitter) 
☐ Newsletters		☐ INSTAGRAM 
☐ Promotions par SMS		☐ TIK TOK 
☐ E-commerce		☒ LINKEDIN 
☐ Marketplace		
☐ Autres :		

Sources : Interviews Experts et Déclaratif Distributeur- avril 2024, Presse, Internet, Food Service Tracking®

Chiffres clés et axes de développement

Offre

Approche clients

Approche fournisseurs

Clientèle

Interlocuteurs clés		
Président Directeur Général / Directeur Commercial	Xxx	Xxx
Directeur Général	Xxx	xxx
Directeur Achats	xxx	xxx

Attentes fournisseurs

Mix produits	➤ Produits de qualité pour la restauration commerciale.
Mise en marché	➤ Rapidité d'informations sur les nouveautés « souvent, nous recevons les informations trop tardivement ».
Commentaire : Un partenaire par catégorie est privilégié.	

Référencement fournisseurs

1 Contacter le service achat 2 Process Finalisé		Organisation des achats <table><tr><td>Poids des achats centralisés (%)</td><td>xx%</td></tr><tr><td>Poids des achats régionaux (%)</td><td>xx%</td></tr><tr><td colspan="2">Commentaire :</td></tr></table>	Poids des achats centralisés (%)	xx%	Poids des achats régionaux (%)	xx%	Commentaire :	
Poids des achats centralisés (%)	xx%							
Poids des achats régionaux (%)	xx%							
Commentaire :								

Informations supplémentaires

Ouverture à l'activation des fournisseurs	Commentaire
☒ Tournées terrain	
☒ Stimulation vendeur, télévente	
☒ Démonstrations avec conseiller culinaire	
☒ Opérations spécifiques	
☐ Autres :	

Sources : Interviews Experts et Déclaratif Distributeur- avril 2024, Presse, Internet, Food Service Tracking®



Tarification 2026



Revue Distribution 2026

12,2k € HT



Présentation au Comex / Codir

Offert



Fiches synthétiques des 26 distributeurs analysés

7k € HT



Pack Complet : Revue Distribution + Fiches synthétiques

16,2k € HT
(3k € de réduction)



10, rue des Émeraudes,
69006 Lyon

foodservicevision.fr

