



Distribution CHD en 2023 : Metro et Pomona dominant plus que jamais un marché encore très éclaté

Les deux leaders représentent environ 40 % d'un secteur qui affiche un taux de croissance de 10,8 % en 2023 et que Food Service Vision analyse dans sa nouvelle Revue Distribution.



Food Service Vision livre une nouvelle édition de sa Revue Distribution, qui analyse la distribution structurée dans le secteur de la consommation hors domicile, ainsi que la stratégie des acteurs d'une profession clé du food service. Et comme tous les maillons de la filière, les acteurs de la distribution conduisent des transformations importantes, s'agissant notamment de leurs offres vers les différents types de restauration.

En 2023, le chiffre d'affaires de la distribution structurée a atteint 23,4 milliards d'euros, en croissance de 10,8 % par rapport à l'année précédente et affichant une augmentation de 4,6 milliards d'euros par rapport à 2019. La distribution structurée regroupe aujourd'hui 26 acteurs et représente 67 % de la distribution CHD.

Dans ce contexte de croissance, le top 5 des distributeurs consolide ses positions avec 59,2 % du chiffre d'affaires du secteur (contre 57,2 % en 2019). Les groupes Metro (n°1) et Pomona (n°2) continuent de dominer le marché, devant Distriboissons, Transgourmet et C10. La distribution structurée demeure donc très fragmentée, avec 17 acteurs qui représentent entre 0,5 et 6,5 % du marché.

Il est à noter que le modèle « cash & carry » perd un peu de terrain par rapport à la distribution livrée, qui représente plus de 81 % du marché. En outre, après les « grandes manœuvres » qui ont touché le secteur entre 2017 et 2021, l'année

2023 s'est révélée relativement calme sur le plan des opérations de consolidation, les distributeurs se concentrant plutôt sur la croissance organique.

D'une manière générale, la distribution s'est plutôt concentrée au cours de la dernière période sur un retour sur les basiques et les fondamentaux du métier.

QUELQUES « TAKE-OUT » DE LA REVUE DISTRIBUTION

- Les distributeurs rationalisent leurs offres, en déréférençant certains produits et en valorisant les marques distributeurs pour proposer aux restaurateurs des produits d'entrée de gamme au meilleur rapport qualité/prix. Le nombre de références s'établit à 10 900 en moyenne.
- Les distributeurs développent largement leurs offres durables en privilégiant le sourcing local, les produits labellisés et les offres végétales. Entre 2019 et 2023, la part des produits « origine France » dans les offres promotionnelles des distributeurs est passée de 35,2 % à 37,6 %. Et le poids du « veggie » a augmenté de 52 % entre 2021 et 2023.
- Les acteurs affichent une attitude volontariste en matière de RSE, avec une adaptation de leur modèle (offre végétale), un renforcement des initiatives sur la logistique bas-carbone (la transformation du parc de France Boissons par exemple) et un retour de plus en plus significatif à la consigne.
- En restauration collective, la demande se déplace vers plus d'offres snacking et multi moment, reflet du changement de modèle. De la même offre pour tous 5 jours par semaine, on passe à une restauration adaptée, pensée pour séduire sur 3 jours par semaine.
- Entre 2019 et 2023, les tarifs généraux des distributeurs ont augmenté en moyenne de 30 % (34 % pour l'épicerie, 31 % pour le surgelé, 29 % pour le frais).

MÉTHODOLOGIE La réalisation

de la Revue Distribution s'opère

par la mobilisation d'un certain

nombre de sources : l'expertise

data et les bases de données

exclusives de Food Service

Vision sur les tarifs et promotions

des distributeurs et sur le suivi

- Entre 2021 et 2023, la part des produits halal en restauration commerciale a augmenté de 29 %.

de l'inflation dans le food

service ; et des entretiens

individuels avec une trentaine

d'acteurs clés de la

distribution CHD.

À propos de **Food Service Vision** Leader en Europe de l'intelligence économique de la filière restauration. Grâce à ses 24 collaborateurs experts, à sa maîtrise des technologies de recueil et d'analyse des données, à sa connaissance intime des différents segments de la filière restauration, Food Service Vision produit études, veilles stratégiques, analyses de données et accompagne ses clients dans leur transformation et leurs décisions stratégiques. L'entreprise est basée à Lyon. [foodservicevision.fr](https://www.foodservicevision.fr)



Si vous ne souhaitez plus recevoir nos communications, [suivez ce lien](#)