**Communiqué de Presse**
Novembre 2026



# FOODEX affirme ses nouvelles ambitions et accélère sa transformation en Europe

Depuis 1992, FOODEX accompagne les professionnels de la restauration avec une expertise reconnue de l'alimentation et des boissons japonaises. Avec Mathieu Clément à sa présidence, le groupe affirme ses ambitions de développement en Europe et entend renforcer sa position sur le marché de la gastronomie japonaise. Cette nouvelle dynamique s'accompagne d'une identité de marque renouvelée et de l'enrichissement de son offre avec deux nouveautés produits.

## Une nouvelle présidence pour accélérer le développement européen



Avant sa nomination à la présidence, Mathieu Clément a notamment évolué au sein du Groupe Charles André avant de rejoindre FOODEX où il a occupé pendant neuf ans le poste de directeur d'exploitation. Cette expérience lui donne une **connaissance approfondie de l'entreprise** et de son secteur, marqué par la diversification des concepts culinaires, la digitalisation des usages et la recherche de nouvelles expériences.

À la tête de l'entreprise depuis avril dernier, le nouveau président entend s'appuyer sur les forces du groupe pour **accélérer son développement en Europe**. Cela passe par la **modernisation des outils afin de proposer aux clients une expérience plus fluide, plus simple et plus performante.**
Au-delà de son expertise produits, le groupe entend **renforcer son offre de services en s'appuyant sur ses capacités logistiques**, **son expertise du sourcing et un accompagnement personnalisé** des professionnels. Cette démarche vise à améliorer la disponibilité des produits, la fiabilité des livraisons et à proposer des solutions toujours plus adaptées aux besoins de ses clients.
Cette évolution s'inscrit dans une **volonté de préserver ce qui fait l'identité de FOODEX : la proximité avec ses clients, les valeurs humaines et une capacité constante à innover** et à anticiper les tendances du marché.

« Notre ambition est de faire de FOODEX bien plus qu'un distributeur de produits japonais : un partenaire de référence pour les professionnels qui souhaitent faire évoluer leur offre, explorer de nouveaux concepts et répondre aux attentes des consommateurs. Notre expertise du Japon reste notre socle et notre ouverture aux nouvelles tendances culinaires constitue un levier de développement. »

**déclare Mathieu Clément, président de FOODEX**

Cette ambition se traduit notamment par une accélération de la transformation digitale du groupe, avec **la refonte de son site e-commerce B2B en France**, dont le lancement est prévu prochainement. Pensée pour simplifier le quotidien des professionnels, cette nouvelle plateforme vise à offrir une expérience d'achat plus intuitive et plus fluide, facilitant l'accès à l'offre et la prise de commande en ligne.

## Une nouvelle identité pour accompagner les ambitions du groupe

Dans la continuité des ambitions de développement, le distributeur **renouvelle son identité graphique pour mieux refléter l'évolution du groupe et renforcer sa reconnaissance auprès des professionnels de la restauration**.

L'objectif est d'affirmer son **expertise de la gastronomie japonaise**, construite depuis 1992, tout en mettant davantage en lumière son ouverture aux nouvelles tendances culinaires et aux influences panasiatiques.




« FOODEX se dote d'une nouvelle identité, plus contemporaine et plus affirmée, fidèle à notre histoire et résolument tournée vers l'avenir »

**souligne Mathieu Clément, président de FOODEX.**

Pour accompagner cette nouvelle dynamique, il dévoile une identité de marque repensée en collaboration avec l'agence de design Blackpizza.

Plus contemporaine et plus affirmée, elle traduit la volonté du groupe de conjuguer son expertise historique de la gastronomie japonaise avec son ouverture aux nouvelles tendances culinaires et aux influences panasiatiques.

*nouvelle signature*

**Expert du Japon depuis 1992,**
**de la tradition, à la fusion.**

Cette signature résume le positionnement que le groupe souhaite affirmer : **une expertise reconnue des produits alimentaires japonais, un attachement profond à l'authenticité de la gastronomie japonaise et une sélection rigoureuse de produits et de partenaires.**

## Deux nouveautés au service des nouvelles tendances culinaires

Avec la volonté de faire évoluer son offre au rythme des tendances culinaires et des nouveaux usages, FOODEX lance deux nouveautés produits.




**Une gamme de ramen complète prête en trois minutes**

Le groupe dévoile en partenariat avec la marque Reito Foods, une gamme de ramen complets surgelés prêts à vendre, fabriqués en Bretagne à partir d'ingrédients de qualité.

Composées de nouilles et de différents ingrédients, les recettes se préparent au micro-ondes en trois minutes. La gamme se compose de trois produits : tonkotsu au porc, miso végétarien et shoyu au poulet.




**Sushi Push, les makis à emporter**

Avec Sushi Push, le distributeur investit le segment du snacking nomade grâce à un emballage en tube permettant de déguster jusqu'à dix makis dans un format pratique, ludique et facile à emporter. Ce concept mise sur une expérience originale, adaptée aux nouveaux usages de consommation. Très populaire sur les réseaux sociaux, Foodex lance ce packaging dans un design exclusif.

Ces deux nouveautés illustrent la volonté du groupe de diversifier les solutions proposées aux professionnels et de répondre à des attentes variées en matière de praticité, de renouvellement des cartes et d'expérience client.

FOODEX présentera notamment son offre et ses nouveautés à l'occasion de deux rendez-vous majeurs de la restauration en 2027 : **le SIRHA Lyon, du 21 au 25 janvier (stand 4H87), et le Snack Show, les 24 et 25 mars à Paris (stand S028)**. Ces deux salons seront l'occasion de faire découvrir sa nouvelle identité, de valoriser la diversité de son catalogue et de présenter ses dernières innovations aux professionnels du secteur. Le groupe entend ainsi renforcer sa visibilité, retrouver ses clients et partenaires et nouer de nouveaux contacts, tout en partageant son expertise de la gastronomie japonaise et son ouverture aux tendances culinaires.

Snack Show / SIRHA LYON

**A PROPOS DE FOODEX :**

Créée en 1992 à Paris, FOODEX sélectionne, importe et distribue des produits japonais et asiatiques destinés aux professionnels du secteur alimentaire. Présente dans cinq pays européens (France, Belgique, Pays-Bas, Italie, Suisse), FOODEX fait partie du groupe Takara Holdings. L'entreprise compte 254 collaborateurs et un catalogue de plus de 1 500 références.

foodex-group.eu