



Panorama de la distribution de produits surgelés en France

DEE/Céline ANSART – juin 2014



Restrictions

Ce document a été réalisé par Unigrains. Les informations et opinions qu'il contient ont été rassemblées à partir de différentes sources considérées comme fiables, mais nous n'offrons aucune garantie, expresse ou tacite, quant à leur exactitude, exhaustivité ou adéquation pour un besoin particulier. Ce document a été réalisé exclusivement dans un but d'information et ne peut en aucun cas être assimilé à une prestation de conseil. Les informations qu'il contient ont une portée générale et ne prennent pas en compte les situations particulières. Toutes les opinions qui y sont exprimées sont susceptibles d'évoluer au cours du temps et d'être modifiées sans préavis. Unigrains et ses sociétés associées déclinent toute responsabilité en cas de dommages ou de pertes résultant de toute utilisation, directe ou indirecte, des informations et des opinions contenues dans ce document.

Ce document est couvert par le droit d'auteur et ne peut être reproduit, diffusé ou transmis à des tiers sans l'autorisation préalable écrite d'UNIGRAINS. La consultation de ce document implique automatiquement la pleine acceptation des stipulations susvisées.

© Unigrains



En introduction...

⇒ La distribution des produits surgelés en France est un secteur complexe qui fait appel

- › A différents canaux, en BtoB (grossistes) ou en BtoC (freezer centers, home service)
- › A différents type d'opérateurs où plusieurs Business Model se côtoient. Rares sont ceux qui sont vraiment spécialisés sur un seul métier et une seule technologie

⇒ Les métiers de la distribution souffrent globalement de la contraction du marché des surgelés, en particulier

- › Les acteurs du Home Service
- › Certains grossistes spécialisés sur la RHD commerciale

⇒ La distribution de produits surgelés est un secteur

- › Concentré en BtoC
- › Plus ouvert en BtoB, avec l'existence d'acteurs régionaux dynamiques aux côtés des grands leaders nationaux ou internationaux





La distribution de produits surgelés



Les différents Business Model





La distribution de produits surgelés



Les différents Business Model



La distribution de produits surgelés

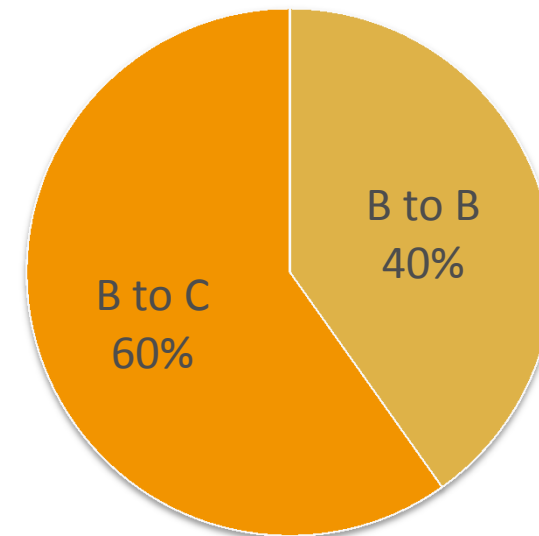
➔ Les marchés de la distribution de produits surgelés en France en 2012

Distribution B to B

- Grossistes
- Cash & Carry
- Prestataires logistiques

Distribution B to C

- GMS
- Freezer Centers (FC)
- Home Service (HS ou VAD)



Source Unigrains d'après KWP et GIRA Foodservice

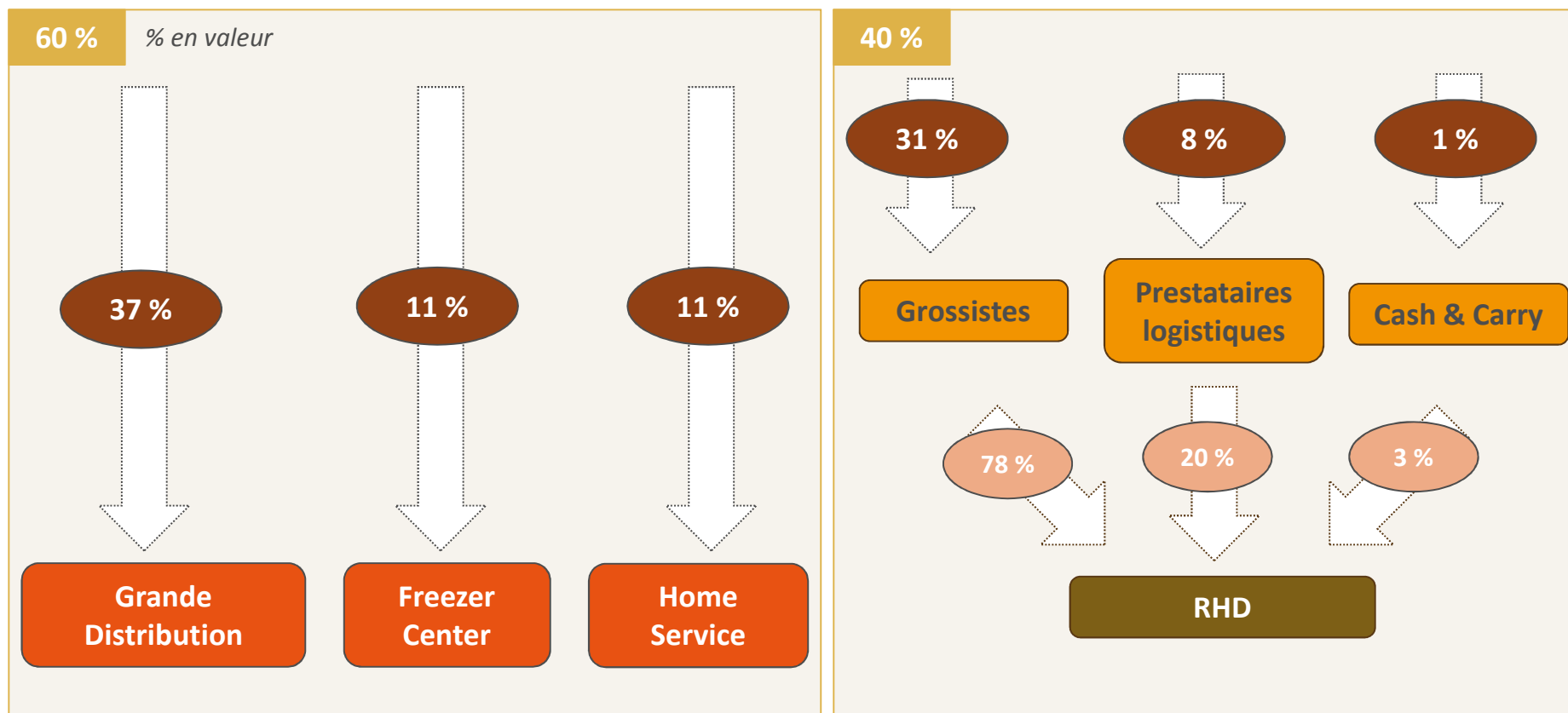
› Un marché de l'ordre de 11 Md € en surgelés et glaces

- Marché BtoB de 4,5 Md €
- Marché BtoC de 6,7 Md €



Le marché des produits surgelés en France

Fabricant de produits surgelés



Consommateur final

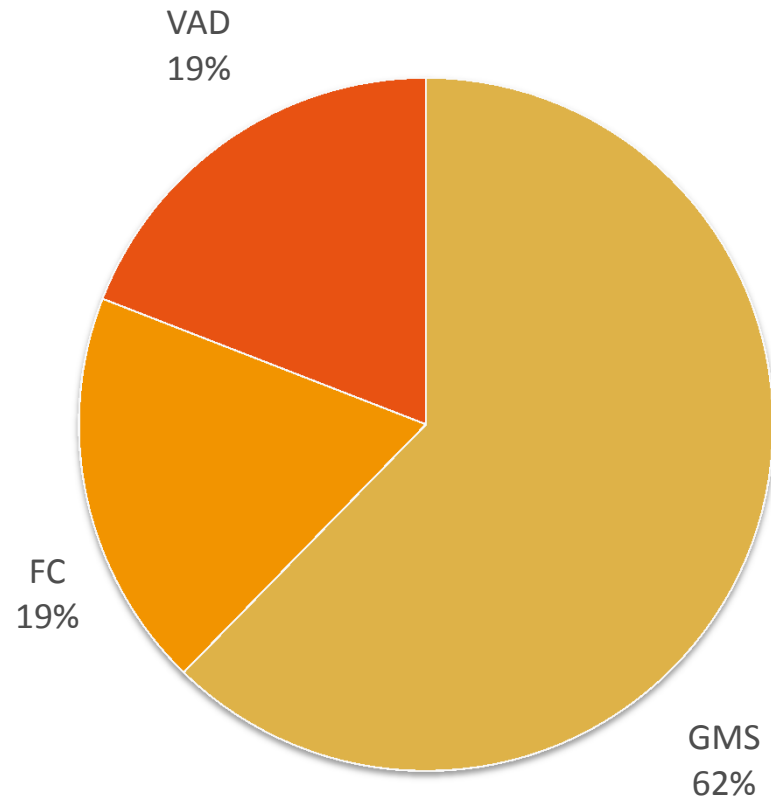
Dans ce panorama, les acteurs de la grande distribution traditionnelle et ceux du Cash & Carry sont exclus de l'analyse



La distribution BtoC de produits surgelés en France

1. Panorama

➔ Poids des différents canaux de distribution en 2012



➔ **Un marché de 6,6 Md € en 2013**

➔ **4,4 % des achats alimentaires des ménages**

➔ **Principales tendances**

- › Un recul du hard-discount et de la livraison à domicile
- › Une petite reprise des freezer centers, après une année 2012 en demi-teinte
- › Une stabilisation de la grande distribution

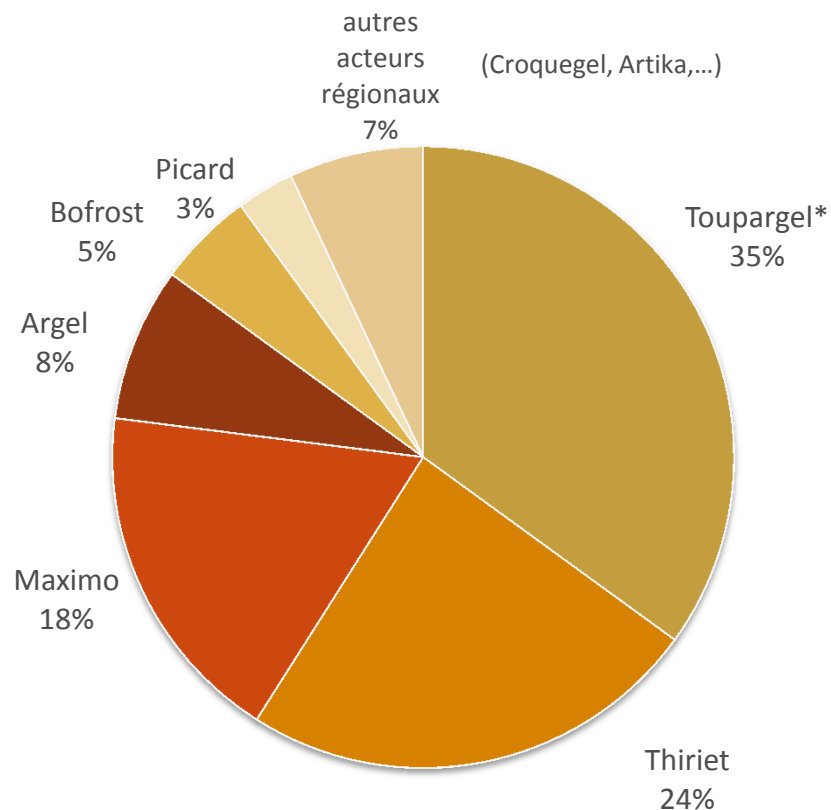
Source Unigrains d'après rapport annuel Toupergel 2012 et 2013



La distribution BtoC de produits surgelés en France

2. La livraison à domicile de produits alimentaires surgelés

➔ Répartition du marché « Home Service » en 2013



➔ Un marché d'1 Md € concentré autour de quelques acteurs

➔ Le TOP 3 représente plus des $\frac{3}{4}$ du marché

➔ Modalités de vente



■ Camions-magasins

■ Télévente (téléphone, internet)

* Les rachats en 2014 du Comptoir des Surgelés et de Eismann France sont pris en compte dans la part de Toupargel
Source Unigrains d'après rapport annuel Toupargel 2013 et le Monde du Surgelé avril 2014



La distribution BtoC de produits surgelés en France

3. Les magasins spécialisés surgelés ou Freezer Centers

➔ **Un marché d'1,3 Md €**

➔ **Un leader incontesté, Picard surgelés**

› Forte présence dans les zones urbaines

➔ **Peu de challengers**

› Thiriet, principal concurrent national, mais surtout présent dans les zones rurales

› Gel 2000 (Gimbert Surgelés), acteur régional qui évolue peu

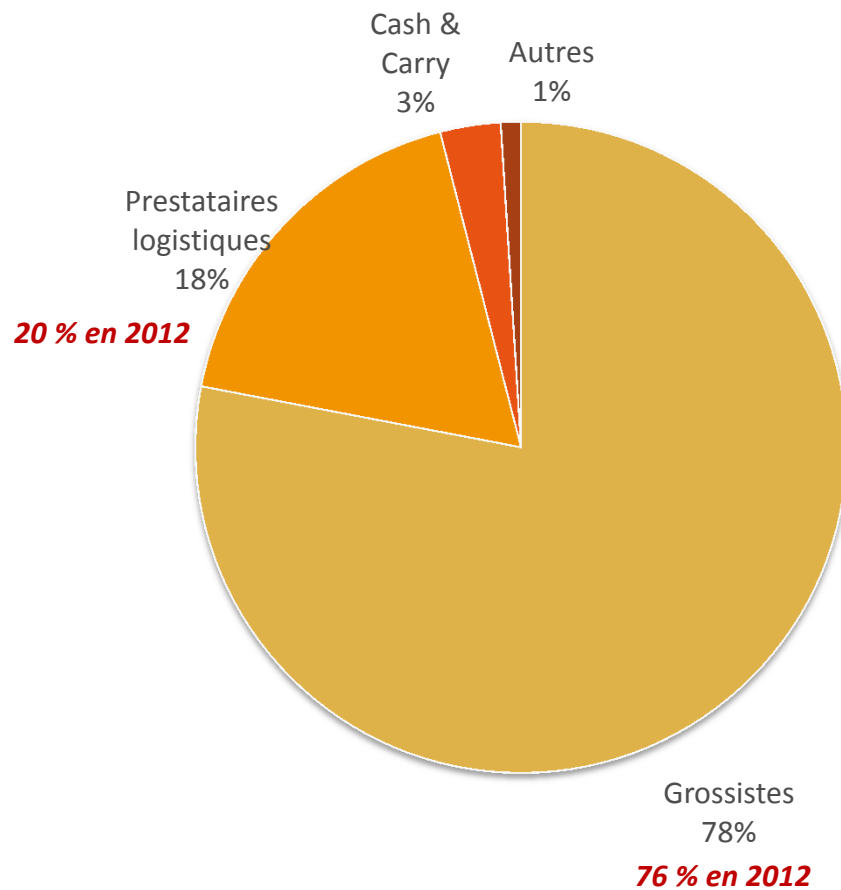
Enseigne	Nombre de points de vente en 2013
PICARD	903
THIRIET	170
GEL 2000	22



La distribution BtoB de produits surgelés en France

1. Panorama

➔ Poids des différents acteurs en 2010



➔ Un marché de 4,5 Md € en 2012

➔ Principales tendances

- › Une domination des grossistes
- › Une progression des prestataires logistiques, notamment sous l'impulsion de Mc Do
- › Une stagnation des Cash & Carry, en raison de contraintes légales

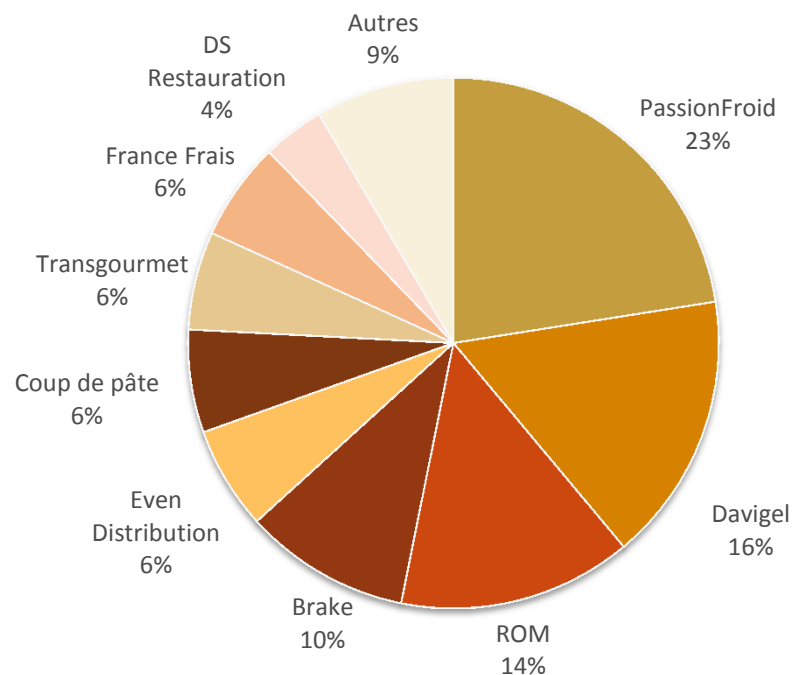
Source Unigrains d'après GIRA Foodservice



La distribution BtoB de produits surgelés en France

2. Les grossistes spécialisés surgelés

➔ Les principaux grossistes en produits surgelés en 2012



➔ **90 % du marché sont aux mains de 9 opérateurs**

› Le TOP 3 concentre plus de la moitié du marché

➔ **A leurs côtés, opèrent de nombreux petits faiseurs**

Source Unigrains d'après Girafoodservice et Le Monde du Surgelé





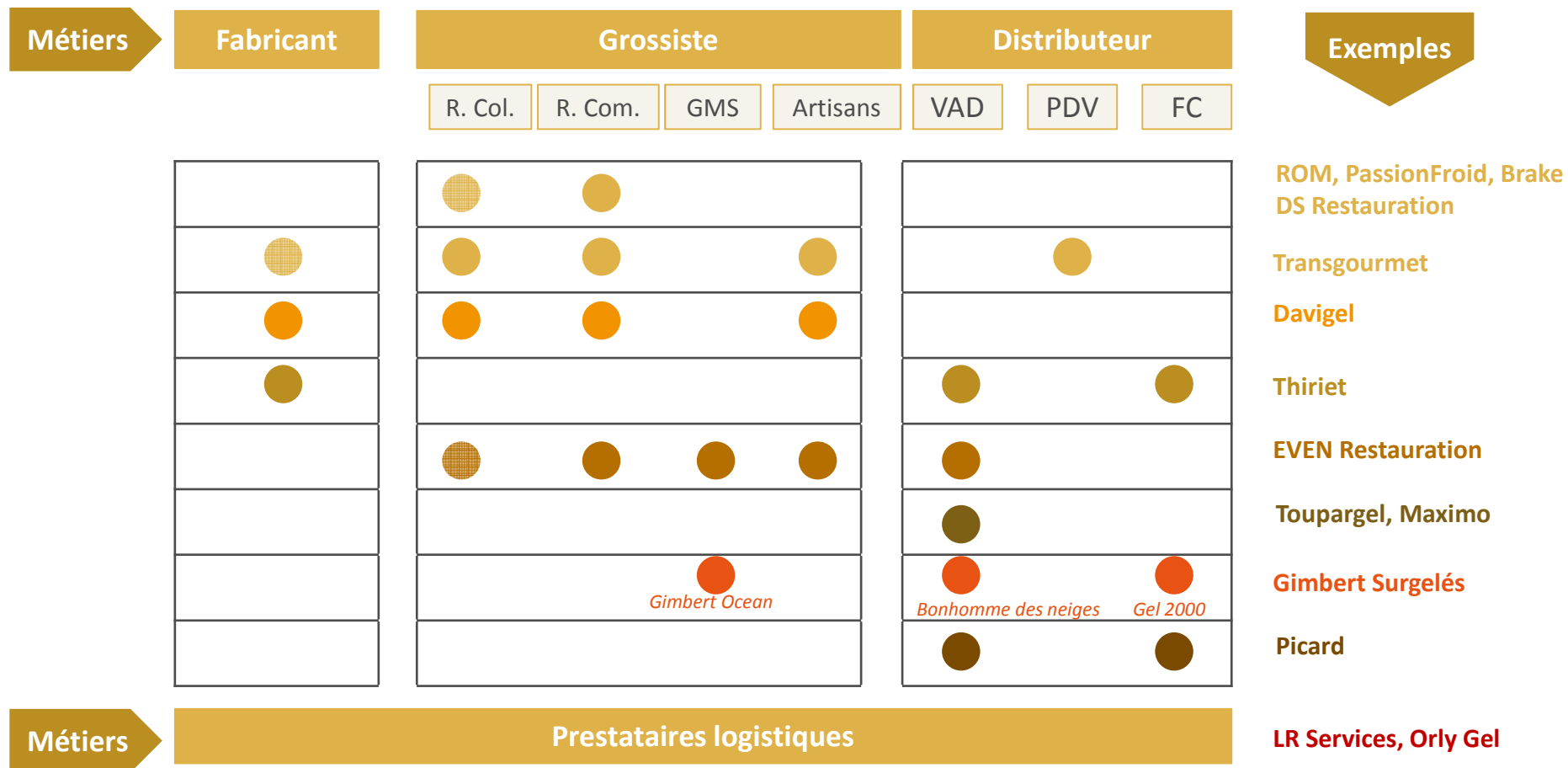
La distribution de produits surgelés



Les différents Business Model



Les différents métiers des entreprises spécialisées dans la distribution de produits surgelés



R. Col. : restauration collective ; R. Com. : restauration commerciale ; PDV : magasins



Les différents Business Model

Les Spécialistes vs Les Généralistes

Généralistes / Multi-spécialistes

Spécialistes

Métier



Technologie



En B to B

Produit



Client











Les différents Business Model

Les réseaux intégrés et les groupements



Les différents Business Model












MDD / MDF / sans marque (1/2)

	MDD	MDF	Sans marque
Freezer Centers			
	● ● ● ●	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	● ● ● ●	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	Pas d'information		
Home Service			
	● ● ○ ○	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○
	● ○ ○ ○	● ● ● ○	○ ○ ○ ○
 	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	● ● ○ ○
	● ● ○ ○	○ ○ ○ ○	● ● ○ ○



Les différents Business Model

MDD / MDF / sans marque (2/2)

	MDD	MDF	Sans marque
Grossistes RHD			
	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	● ● ○ ○
	● ● ● ○	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○	● ● ○ ○	● ● ○ ○
	● ○ ○ ○	● ● ○ ○	● ○ ○ ○
	● ● ○ ○	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○
	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	● ● ● ○
 	● ● ● ○	○ ○ ○ ○	● ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	● ● ● ●
 	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	● ● ● ●



L'auteur

Céline ANSART-LE RUN
Courriel : cansart@unigrains.fr
Tél : +33 (0)1 44 31 16 13

La Direction des Etudes Economiques contribue à renforcer, à développer et à diffuser l'expertise d'Unigrains sur l'évolution des différents marchés de l'agroalimentaire et de l'agro-industrie, les stratégies des acteurs en présence et leur positionnement respectif en France et à l'international, pour éclairer les décisions d'investissement. Elle fournit une intelligence économique en déduisant les tendances de fond qui guideront les développements futurs de l'agroalimentaire, et offre un accompagnement des entreprises partenaires dans la compréhension des opportunités et des défis de demain.

Unigrains

Depuis 50 ans, Unigrains est un partenaire en capital développement des entreprises du secteur agroalimentaire et agro-industriel.

Unigrains participe au développement et au renforcement des filières agroalimentaires et agro-industrielles en favorisant l'émergence d'entreprises leaders dans leurs secteurs.

Unigrains propose à ses partenaires de les accompagner dans leur réflexion sur des opportunités de développement à l'étranger.

Pour en savoir plus :
23 avenue de Neuilly, 75116 PARIS
+33 (0)1 44 31 10 00
www.unigrains.fr



Copyright

Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite par quelque moyen que ce soit sans la permission écrite d'Unigrains.

Avertissement

La présente note, diffusée à titre informatif et gratuit, a été réalisée par la société UNIGRAINS à partir de données publiques ou recueillies au travers d'entretiens. La société UNIGRAINS ne saurait être en aucun cas tenue responsable d'éventuelles erreurs, inexactitudes, et de toutes leurs conséquences directes et indirectes.