

**Contact :** M. Stephan Dewender – CEO

**Site web:** [www.dfs.one](http://www.dfs.one)

**Activité:** Importation – Entreposage – Logistique – Distribution Food Service

**En quelques mots:** entreprise créée en 2011 par M. Stephan Dewender, en croissance constante. Concept intégrant un dépôt central, une flotte logistique et un centre de distribution destiné au Food Service. Voir vidéo sur le site internet.

### Chiffres clés

**CA 2016 :** 1,7 million €

**Effectifs: 2017 :** 30

**Nombres de points de ventes :** dépôt centralisé et centre de distribution localisé à Bochum

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** grossistes, collectivités

**Stratégie de développement:** Importe et centralise dans son dépôt des produits food tous segments (secs, frais, conserves, surgelés), boissons et non food et redistribue au professionnels du food service. Souhaite étendre son offre de produits avec des fournisseurs étrangers. Participe régulièrement au salon INTERNORGA - Hambourg

### Produits référencés

Une vingtaine de marques essentiellement allemandes : voir onglet Partner : <https://www.dfs.one/partner/> et vidéos

### Produits recherchés

N'a pas sélectionné de produits en particulier, ouvert à tous les produits susceptibles de convenir pour le Food Service, dans une moindre mesure cependant pour les produits surgelés dans un premier temps.

**Contacts:** M. Marc Frielingsdorf – Achats

M. Salim Zor – Resp. Qualité

**Site web:** [www.delikatessen-berge.de](http://www.delikatessen-berge.de)

**Activité:** Importation- distribution produits épicerie fine

**En quelques mots:** Entreprise familiale créée en 1960, importateur-distributeur de produits « Delikatessen » auprès des grossistes et épiceries fines, aussi présent dans la grande distribution en private label (REWE, par ex). Propose aussi ses propres produits à la vente et/ou reconditionne sous la marque Wolfram Berge. Vente également en ligne : <http://delikatessen-berge-shop.de/shop/>

### Chiffres clés

**CA 2017 :** 13,15 millions €

**Effectifs:** 74

**Nombres de points de ventes:** 1 + entrepôt

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** grossistes, magasins d'épicerie fine, grande distribution

**Stratégie de développement:** Outre les marques nationales et internationales, l'assortiment comporte des produits développés par l'entreprise, des produits bio, l'entreprise s'oriente aussi vers les produits certifiés halal.

### Produits référencés

Assortiment d'environ 1000 produits nationaux et internationaux dans différents segments : confiserie, boulangerie, salés, secs, frais, charcuterie, fromages, etc., boissons (eau, vins, liqueurs...): <http://delikatessen-berge-shop.de/shop/>

### Produits recherchés

- Boissons : liqueurs, vins y compris pétillants
- Café, thé
- Fromages
- Confiserie : chocolat en barres, tablettes, pralines, chocolat à tartiner et autres préparations à base de chocolat
- Boulangerie, pains (type pain complet, « pumpernickel » etc.) viennoiseries, cakes, biscuits
- Sauces, chutney, condiments : aussi en halal & private label
- Confitures, marmelades, sirops, confits
- Produits salés, crackers

**Site web:** [www.latinex.com.br](http://www.latinex.com.br)

**Activité:** Importateur et distributeur reconnu d'aliments haut de gamme.

**En quelques mots:** Latinex est toujours à la recherche de nouveautés, de nouvelles saveurs de différentes origines. Cette entreprise transforme les tendances mondiales en opportunités pour le marché domestique. L'objectif est de commercialiser des aliments qui se distinguent par une grande qualité et une saveur incomparable. Latinex a aussi ses propres marques.

### Chiffres clés

**CA :** pas d'information

**Effectifs :** pas d'information

**Nombres de points de ventes :** pas d'information

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** Grands réseaux de vente au détail et supermarchés haut de gamme.

**Stratégie de développement:** Augmenter sa gamme de produits et les points de ventes

### Produits référencés

Latinex travaille actuellement avec 9 marques, offrant des centaines de produits : snacks, assaisonnements, sauces, aliments solubles, pâtes, aliments sains pour le petit déjeuner, aliments ethniques et chocolats ainsi que des produits sans gluten, riches en protéines, produits pour végétaliens et non transgéniques.

### Produits recherchés

- Pour les produits de boulangerie et de confiserie :  
matières premières : aliments
- Spécialités étrangères et belges en bocal et emballés sous vide
- Préparations de céréales
- Aliments diététiques (snacks de santé, etc.)
- Farine, semoule et gruaux de céréales
- Epices et aromates
- produits d'épicerie, produits pour le snacking (distributeurs automatiques), produits salés



Site web: [www.terrafirmabrands.com](http://www.terrafirmabrands.com)

**Activité:** Agent autorisé LCBO, « **Liquor Control Board of Ontario** »\* pour représenter les fabricants étrangers de boissons alcoolisées.

*\*« La Régie des alcools de l'Ontario » est une société d'État qui vend et distribue des boissons alcoolisées dans toute la province de l'Ontario, au Canada. Elle est responsable devant le ministère des Finances de l'Ontario et elle détient le monopole de la vente et importation des boissons alcoolisées. Tout importateur d'alcool doit être reconnu par le LCBO.*

TBF propose son expertise pour que les produits aient les meilleures chances de se retrouver dans les rayons des magasins de LCBO, en fournissant :

- les informations qui doivent figurer sur les étiquettes ;
- les exigences en matière d'emballage etc.

**En quelques mots:** TFB est une agence de taille moyenne spécialisée dans la vente et la promotion de vins, bières et spiritueux de moyenne et haute qualité, et qui met l'accent sur des producteurs artisanaux et « multi-générationnels »

### Chiffres clés

**CA:** \$4.5m CDN

**Effectifs:** 7

**Nombres de points de ventes:** Plus de 600 magasins LCBO ainsi que plus de 50 clients HoReCa

### Stratégie de distribution

**Double clientèle:**

- les producteurs de boissons
- les détaillants de la LCBO et les clients de HoReCa dans les régions clés de l'Ontario

### Stratégie de développement

TFB recherche des producteurs de taille petite à moyenne qui ont la capacité de fournir un minimum de 300-600 caisses de 24x330ml par an. De plus, en raison des exigences canadiennes très précises en matière d'étiquetage, ces producteurs doivent pouvoir au moins produire des étiquettes en bandes pour les bouteilles conformes (p. ex., bilingue en français et en anglais).

**TFB facture normalement une commission de 15%** que la société compte en plus du prix à l'exportation des fournisseurs, donc le fournisseur ne devrait pas réduire son propre prix, juste être en mesure de prendre en compte les coûts supplémentaires pour l'étiquetage et utiliser du carton qui répond aux exigences minimales de la LCBO en matière d'essai de résistance à l'écrasement de 200 psi.

### Produits référencés

Brouwerij Bosteels, Brasserie Dubuisson, Brasserie St Feuillien, Brouwerij Timmermans, Omer Vander Ghinste

Pour voir les bières et cidres représentés par TFB, cliquez sur le lien ci-après : [Craft beer and cider](#)

### Produits recherchés

**UNIQUEMENT des BIERES** uniques et artisanales et du **CIDRE** de terroir, donc des produits non fabriqués en masse (surtout pas de Pils)

**Site web:** [www.tottus.cl](http://www.tottus.cl)

**Activité:** Chaîne de supermarchés

**En quelques mots:**

Notre société appartient au groupe GRUPO FALABELLA, société de holding leader dans la vente de détail dans 7 pays d'Amérique du Sud avec des supermarchés, des « department stores »; des magasins d'articles pour la maison et le jardin, des bureaux spécialisés dans les services financiers et dans l'immobilier.

Tottus is the fourth largest supermarket chain in Chile with 67 stores in Chile, in addition to 65 stores in Peru.

### Chiffres clés

**CA année :** EUR 1.400. M

**Effectifs:** 8 000 employés

**Nombres de points de ventes:** 67 magasins

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** consommateurs finaux

**Stratégie de développement:** chaîne de magasins de différents formats et tailles destinés à toutes les couches socioéconomiques.

### Produits référencés

Produits alimentaires et non-alimentaires

### Produits recherchés

Tout produit/marque typiquement belge ou tout produit qui peut être compétitif en fonction de la réalité de l'industrie générale belge ou du positionnement stratégique de l'entreprise en particulier

- Apéritifs
- Bières : blondes, ambrées, brunes, de saison, trappistes d'abbaye
- Spiritueux et liqueurs
- Sirops et concentrés
- Beurre, fromage et fromage frais, entremets mousses et desserts et crème de lait
- Champignons et truffes, pommes de terre et légumes
- Caramels, tablettes et bâtons de chocolat, préparations de chocolat, cacao, confiserie, massepain, pralines
- Pâtisseries, biscuits et gaufrettes, pain d'épice, biscuits salés, gaufres
- Plats cuisinés à base de poulet/poisson/viande/légumes
- Aliments pour bébés et enfants, préparations de céréales, compotes, confitures et gelées, marmelades et sirops
- Aliments diététiques (snacks de santé etc.)
- Vinaigre, moutarde et pickles

**Site web:** [www.sigra.com](http://www.sigra.com)

**Activité:** Producteur et distributeur de graisse végétale et margarine industrielle d'huile de palme.

**En quelques mots:** La société SIGRA a été fondée en 1957 avec la production à petite échelle de margarine industrielle. En 1993, l'entreprise a acquis la ligne de Boulangerie d'Unilever en Colombie et a donc élargi le nombre de produits et le chiffre d'affaires a augmenté de 50 %.

### Chiffres clés

**CA 2017 :** 90 millions d'USD

**Effectifs:** 500 personnes

**Nombres de points de ventes:** 6 entrepôts propres

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** Boulangeries, entreprises de production de couvertures de chocolats, production de graisses et fritures.

**Stratégie de développement:** Avec un distributeur qui connaît le canal HORECA et boulangeries.

### Produits référencés

Margarine industrielle, crème végétale, graisse, autres matières grasses.

### Produits recherchés

Notre but est de trouver d'autres produits finaux pour compléter notre portefeuille. La société importe déjà des crèmes végétales d'Allemagne entre autres.

Tous les produits suivants en frais et surgelés :

- Pâtisseries (tartes, cakes, ...)
- Biscuits et gaufrettes
- Pain
- Desserts
- Matières premières (graisses et aliments)
- Biscuits salés
- Viennoiseries (croissants)
- Nappage et décoration
- Gaufres
- Sirops et jus concentrés
- Fruits secs

**Site web:** N/C

**Activité:** Importation de produits alimentaires (bières, vins, thés, chocolats, etc.) au Costa Rica.

**En quelques mots:** Entreprise importatrice de produits alimentaires dotée de 20 ans d'expérience sur le marché costaricien. Troisième plus grand importateur au Costa Rica dont celui qui possède le plus grand assortiment de produits européens. Monsieur Charles JANSEN, gérant de la société est également Consul Honoraire de Belgique au Costa Rica.

### Chiffres clés

**CA:** \$ 4 100 000 + de 100 cont de 40'/an.

**Effectifs:** 12 en interne. + de 250 via nos distributeurs.

**Nombres de points de ventes:** + de 1500.

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** Communauté étrangère installée au Costa Rica et amateurs locaux de produits européens (distribution : supermarchés, hôtels, magasins de spiritueux et restaurants).

**Stratégie de développement:** Expérience et connaissance du marché, Innovation constante, Investissement promo et marketing consistant. Structure de distribution robuste. Réseau de frigo et de draft en progression constante. Couverture en croissance.

### Produits référencés

+ de 1500

### Produits recherchés

Bières ambrées, Bières blondes, Bières brunes, Pils, Bières de saison, Trappistes et bières d'Abbaye, Bières blanches, Vins et vins mousseux, Bières sans alcool, Eaux minérales naturelles, Limonades, Eaux minérales pétillantes, Sirops et concentrés, Tablettes et bâtons de chocolat, Pralines, Biscuits et gaufrettes (frais), Plats cuisinés à base de légumes, Spécialités étrangères/régionales, Café, thé et chicorée.

**Site web :** <http://www.masolivergrup.com/en/>

**Activité :** Distribution alimentaire

**En quelques mots :**

Comercial Masoliver est aujourd'hui une des principales sociétés du secteur de la distribution de produits alimentaires et de boissons de qualité en Espagne et Portugal.

La société dispose d'un vaste portefeuille de marques internationales présentes dans les canaux « *on trade* » que « *off trade* ».

### Chiffres clés

**CA 2017 :** € 24 millions

**Effectifs:** 45

### Stratégie de distribution

**Clientèle :** ESPAGNE + Portugal, « *off trade* » (couverture de tous les principaux clients de la grande distribution) et « *on trade* » (traditionnel + Cash & Carry)

**Stratégie de développement :** continuer à développer les relations avec leurs partenaires et clients

### Produits référencés

La société travaille avec tout produit d'alimentation et de boisson ne nécessitant pas de conservation au froid.

### Produits recherchés

La société recherche des produits alimentaire et des boissons faisant partie des segments « bon pour la santé » et/ou « de plaisir » et ne nécessitant pas de conservation au froid. Les marques avec lesquelles elle souhaite travailler doivent déjà avoir un poids important dans leur marché.

- Bières : ambrées, blondes, brunes, Pils
- Fruits confits, bonbons et gummies, caramels, tablettes et bâtons de chocolat, préparation de chocolat, pralines, cacao, confiserie, massepain, pâtes à tartiner
- Pâtisserie, biscuits et gaufrettes, pain, desserts, pain d'épice et biscuits, viennoiseries, nappage et décoration, gaufres, desserts et biscuits salés
- Aliments diététiques, farine, semoule et gruaux de céréales, épices et aromates, confitures et gelées, riz, pâtes et autres féculents, sauces, soupes, fécule et amidon, coulis, purée et concentré de tomates
- Restauration commerciale et collective : produits d'épicerie, produits salés et sucrés



Site web : [www.chefmarket.hu](http://www.chefmarket.hu)

Activité : Foodservice et grande distribution

En quelques mots : Chef Market est l'une des plus grandes entreprises de foodservice en Hongrie. Son objectif est de vendre **vos produits** à ses clients.

### Chiffres clés

CA année : 2016 – 9,3 billion HUF

Effectifs : 110

Nombres de points de ventes : 3 000

Ainsi que :

- plus de 3000 partenaires satisfaits,
- flotte de 30 camions qui couvrent les livraisons dans tout le pays,
- dépôt de 5000 m<sup>2</sup>

### Stratégie de distribution

Elargir la gamme de produits pour satisfaire les besoins des clients

### Produits référencés

Grand nombre de produits alimentaires et non alimentaires

### Produits recherchés

- Boissons : sirops et concentrés
- Produits laitiers : beurre, fromage, entremets, mousses et desserts, crèmes glacées et sorbets
- Tablettes de chocolat, préparations au chocolat, cacao, confiserie, massepain
- Produits de boulangerie : matières premières alimentaires, garnitures, nappage et décoration
- Produits sucrés (pour le catering)



Site web: [www.matusz-vad.hu](http://www.matusz-vad.hu)

Activité : Grossiste & foodservice

En quelques mots : MATUSZ-VAD Zrt. est l'une des principales entreprises de foodservice en Hongrie pour les produits surgelés

### Chiffres clés

CA année : 15.061 million HUF /2017

Effectifs : 250

Nombres de points de ventes : 6000 clients

### Stratégie de distribution

Clientèle : HoReCa

Stratégie de développement :

Développer la gamme des produits surgelés uniquement : poulet, viande de bœuf et de veau, poisson et crustacés ainsi que toute autre spécialité.

### Produits recherchés

**UNIQUEMENT des produits SURGELES dans les catégories suivantes :**

- Poissons, crustacés, coquillages, mollusques, œufs, foies et caviar
- Viandes (porc, bœuf, veau, lapin, gibier, mouton et chèvre), salaisons et charcuterie ainsi que les tripes et abats
- Volaille (canard, oie, pintade, autruche, dinde et dindonneau, poule et poulet)
- Escargots
- Foie gras
- Beurre, fromage
- Fruits
- Légumes dont champignons, truffes et pommes de terre
- Pâtisserie dont tartes, cakes, biscuits, galettes, viennoiseries et gaufres
- Desserts
- Plats cuisinés au poulet, poisson, à la viande et aux légumes
- Pâtes fraîches (pour le foodservice)

**Site web:** [www.prima-group.kz](http://www.prima-group.kz)

**Activité:** un des leaders dans le domaine de la distribution de biens de consommation courante.

**En quelques mots:** 25 ans d'expérience dans la distribution de biens de consommation courante (produits alimentaires, non-alimentaires) via son propre réseau de 40 agences localisées dans tout le Kazakhstan.

### Chiffres clés

**CA 2017 :** 274 millions EUR

**Effectifs :** 5 160 employés

**Nombres de points de ventes :** 22 300 points de ventes desservis

### Stratégie de distribution

**Clientèle :** grande distribution (hypermarchés, supermarchés), magasins de proximité.

**Stratégie de développement :** poursuivre son développement.

### Produits référencés

**Alimentaire :** Bonduelle, Ferrero, Nutricia, Storck, Haribo, Lantmannen Axa, Lorado, Bunge, Borges, ITLV, MacCoffee, Teahouse, Podravka, Vegeta, Nabeglavii etc.

**Non-alimentaire :** L'Oréal Paris, Henkel, Nivea/Beiersdorf, Johnson & Johnson, Colgate-Palmolive, Schwarzkopf, Moony, Italkom Group, UPECO, Evyap, Ola, Flamingo, Biosphere Corporation, SCA.

### Produits recherchés

- Bonbons et gommes, Caramels, tablettes et bâtons de chocolat
- Préparations de chocolat (autres que tablettes, bâtons et pralines)
- Confiserie, Pralines
- Biscuits et gaufrettes, Pain d'épice, Biscuits salés, Chips
- Thé (consommation courante & haut de gamme)
- Poisson en bocal (y compris œufs de poissons)
- Energy drinks
- Olives
- Huile d'olive
- Produits surgelés (légumes, viande, poisson et fruits de mer)



**Site web:** [www.small.kz](http://www.small.kz)

**Activité:** un des leaders dans le domaine de la distribution de biens de consommation courante.

**En quelques mots:** 21 ans d'expérience dans la distribution de biens de consommation courante (produits alimentaires, non-alimentaires) via son propre réseau de 57 supermarchés localisées dans toutes les villes principales villes du Kazakhstan.

### Chiffres clés

**CA 2017:** n/a (5 275 0000 EUR de cotisations fiscales payées en 2017)

**Effectifs:** 3 500 employés

**Nombres de points de ventes:** 57 supermarchés Small

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** grande distribution (hypermarchés, supermarchés), magasins de proximité.

**Stratégie de développement:** poursuivre son développement au Kazakhstan.

### Produits référencés

**Alimentaire :** importations propres sont représentées par 1000 références dans les catégories suivantes: épicerie, boissons gazeuses, conserves de légumes, confiserie, fromages, aliments pour bébés.

**Non-alimentaire :** importations propres sont représentées par 10 000 références dans les catégories suivantes: jouets pour enfants, vêtements pour enfants, textiles de maison, papeterie, articles de fête, accessoires automobiles, bricolage, articles ménagers et articles de sport.

### Produits recherchés

- Bonbons et gommes, Caramels, tablettes et bâtons de chocolat, Préparations de chocolat (autres que tablettes, bâtons et pralines), Confiserie, Pralines, Masepain, Pâtes à tartiner.
- En préparation fraîche : Pâtisseries (tartes, cakes, ...), Biscuits et gaufrettes, Gaufres, Pain d'épice, Viennoiseries.
- Préparations de céréales, muesli, aliments diététiques (snacks de santé, etc.).
- Jus de fruits (bouteilles en verre !)
- Poisson en bocal
- Légumes en bocal
- Vinaigre, moutarde et pickles
- Légumes surgelés

**Site web:** [www.reaton.lv](http://www.reaton.lv)

**Activité :** production, vente et distribution de produits alimentaires et de construction

**En quelques mots :** Reaton a été fondé en 1988 en commençant par le secteur de la construction, **cette entreprise s'est ensuite tournée vers la distribution de produits alimentaires et est désormais le leader des pays baltes.** Reaton travaille avec les plus grandes chaînes de supermarchés et le secteur HoReCa, mais développe aussi les magasins gourmets « Gastronomes » et son propre service de restauration. Reaton compte déjà à son actif plus de 52 marques et 5000 produits qu'il distribue depuis ses propres centres logistiques.

### Chiffres clés

**CA 2017 :** 28 millions € pour la partie alimentaire (avec une augmentation de min. 10% par an)

**Effectifs :** 2000 employés pour les deux secteurs, construction et alimentaire

**Nombres de points de ventes :** Rimi, Elvi, Selver, Maxima, Stockmann, IKI, SKY, Norfa, Narvesen Statoil, Prisma, Mego et 3500 autres clients dans l'HoReCa, dont Radisson, Lido, Tokyo city, Baltic restaurants, Meriton hotels, etc.

### Stratégie de distribution

**Clientèle :** Supermarchés, stations essence, restaurants, bars, hôtels, cantines, compagnies aériennes et ferroviaires, entreprises, ...

**Stratégie de développement :** Fournir des aliments de qualité dont ils ont l'exclusivité dans les pays baltes. Reaton a développé ses propres centres logistiques pour gérer de manière autonome la distribution des marchandises dans l'ensemble des pays baltes.

### Produits référencés

Les produits de grande consommation, 52 marques de 22 pays, on retrouve : Bonne maman, Croc'in, De Cecco, Unilever, Casademont, Fromages ermitage, Nordic seafood, Speroni, Mckays, ...

### Produits recherchés

- Poissons et fruits de mer surgelés
- Produits laitiers (fromages)
- Produits de pâtisserie et de boulangerie
- Confiseries (chocolat, biscuits secs)
- Viandes (rouges et blanches)
- Boissons non-alcoolisées
- Fruits et légumes surgelés



**Site web:** [www.soriana.com](http://www.soriana.com)

**Activité:** chaîne de supermarchés mexicains

**En quelques mots:** chaîne de supermarchés mexicains fondée en 1968 par les Frères Francisco et Armando Martín Borque dans les Etats de Torreón, Coahuila et Mexico.

### Chiffres clés (2016)

**CA année :** 6500 millions d'EUR

**Effectifs :** 103.500 pers.

**Nombres de points de ventes :** 650 succursales

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** grand public

**Stratégie de développement:** Le premier supermarché Soriana fut créé en 1965, d'abord dans le nord du pays, et ensuite dans le centre. Depuis 1987, ils sont rentrés en bourse. En 2015, ils ont racheté le supermarché Comercial Mexicana.

### Produits référencés

Produits alimentaires et non-alimentaires

### Produits recherchés

#### Viandes et charcuteries : surgelés/emballés sous vide & Private Label :

- Lard et graisse/Bœuf/Porc/Salaisons et charcuteries/Salamis, saucisses et saucissons (frais également)/Coqs, poules et poulets/Dindons, dindes et dindonneaux

#### Autres produits :

- Poissons et filets de poisson (surgelés)
- Beurre (surgelé/emballé sous vide & Private Label)
- Fruits (surgelés/en bocal & Private Label)
- Champignons et truffes (surgelés/en bocal & Private Label)
- Pommes de terre (surgelés & Private Label)
- Légumes (surgelés & Private Label)
- Plats cuisinés à base de volaille/viande/légumes ainsi que plats cuisinés étrangers ou régionaux (surgelés/en bocal & Private Label)
- Sauces, soupes (surgelés/emballés sous vide/en bocal & Private Label)
- Tomates, coulis, purée et concentré (en bocal & Private Label)
- Caramels, tablettes et bâtons de chocolat, autres préparations de chocolat, confiserie, pralines et pâtes à tartiner
- Biscuits et gaufrettes (frais), viennoiseries (frais), gaufres (frais), pâtisseries (surgelé)



**Site web:** <http://degustabeer.pl>;

**Facebook :** <https://pl-pl.facebook.com/DeGustaBeerPoland>

**Activité:** importation et distribution de bières, boissons non-alcoolisées et eaux minérales, exportation via des distributeurs locaux en Allemagne, en Tchéquie, Slovaquie, Slovaquie et Hongrie

**En quelques mots:** la société DE GUSTA BEER a été fondée en 2011 par M. Nicolae Bejenari.

### Chiffres clés

**Effectifs :** 3

**Nombres de points de ventes:** grande distribution française et polonaise, chaînes d'épicerie, stations-service

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** vente en direct sur le marché polonais : E.LECLERC, AUCHAN, CARREFOUR, Piotr i Paweł, Kaufland, Polo Market, Top Market, BP ainsi que Kuchnie Świata (secteur HoReCa)

**Stratégie de développement:** nouvelle offre de bières étrangères dont belges

### Produits référencés

67 produits de 19 brasseries (12 pays de provenance) : St Peter's (Angleterre), PAN (Croatie), Palax (Espagne), HÖRAL (Tchéquie), Warburger (Allemagne), Baltika (Russie).

### Produits recherchés

#### UNIQUEMENT

- Bières, eaux minérales, jus, boissons alcoolisées et non-alcoolisées excepté boissons énergétiques

**Site web:** [www.delifoodgrup.ro](http://www.delifoodgrup.ro)

**Activité:** Distribution/importation de produits alimentaires et de boissons

**En quelques mots:** L'entreprise distribue des produits alimentaires (frais, surgelés et à température ambiante) et des boissons.

### Chiffres clés

**CA 2016 :** 200 000 €    **Effectifs :** 5    **Nombres de points de ventes :** 1

### Stratégie de distribution

**Clientèle:** chaînes de distribution internationales (Carrefour, Metro, Cora, Billa, Selgros, Delhaize, etc.) et horeca & food service (Marriott, Hilton, Radisson, Sheraton etc.)

### Produits référencés

e.a. produits de Polca (Groupe Detry) et de Croc'in

### Produits recherchés

Apéritifs, Bières ambrées, blanches, blondes, brunes, de saison, fruitées, Cidres, poirés et hydromel, Pils, Spiritueux et liqueurs, Trappistes et bières d'Abbaye, Vins et vins mousseux. (Bio). Apéritifs sans alcool, Bières sans alcool, Vins et vins mousseux sans alcool (Bio). Sirops et concentrés (Bio).

Caviar, foie et œufs de poissons, Crustacés, coquillages et mollusques, Poissons & filets de poissons, Saumons, truites et anguilles. (Frais/Congelé/Conserves/Bocaux/Sous vide).

Autriches, bisons, Canards, oies, pintades, Coqs, poules et poulets, Dindons, dindes et dindonneaux, Escargots, Foie gras, Lapins, gibier et autres animaux, Lard & graisse, Salaisons et charcuteries, Salamis, saucisses et saucissons, Tripes et Abats, Viande bovine, Viande porcine, Viandes ovine & caprine. (Bio/Frais/Congelé/Conserves/Bocaux/Sous vide).

Beurres (Bio/MDD/Frais/Congelé), Lait, Boissons lactées, Crème de lait (Bio /MDD /Congelé), Entremets, mousses et desserts (Bio/MDD/ Frais/Congelé) Œufs (Bio/MDD/Poudre/liquide) Fromage, Fromage fondu, Fromage frais, Glaces, sorbets, crèmes glacées, Yoghourt et autres produits fermentés (Bio/MDD). Champignons et truffes, Fruits, Légumes, Pommes de terre (Bio/Congelé/Conserves/Bocaux/Sous vide), Fruits secs, Légumes secs (Bio).

Cacao (Bio/MDD/Poudre/Chocolat de couverture), Bonbons et gommés, Caramels, Confiserie, Fruits confits, Massepain, Pâte à tartiner, Pralines, Préparations de chocolat (autre que bars, tablettes et pralines), Tablettes et bâtons de chocolat (Bio/MDD).

Matières premières (Bio/MDD/Graisse/Aliments/Garnitures), Biscuits salés, Pain d'épices et biscottes, Nappage et décoration (Bio/MDD), Biscuits et gaufrettes, Desserts, Gaufres, Pain, Pâtisseries, Viennoiseries (Bio/ MDD/Frais/Congelé).

Pâte à tarte fraîche, Pâte fraîche (production traiteur), Plats cuisinés à base de légumes, Plats cuisinés à base de poissons, Plats cuisinés à base de viande, Plats cuisinés à base de volaille, Spécialités étrangères/régionales (Bio/MDD/Frais/Congelé/Conserves/Bocaux/Sous vide).

Sauces, Soupes et potages, Tomates, coulis, purée et concentré (Bio/MDD/Frais/Congelé/Conserves/Bocaux/Sous vide), Huiles végétales, Vinaigre, moutarde et pickles, Aliments diététiques, Aliments pour bébés et enfants, Autres sucres, Café, thé et chicorée, Compotes, Confitures et gelées, Farine, semoule et gruaux de céréales, Féculé et amidon, Margarines et graisses, Marmelades et sirops, Mélasses, Olives, Préparations de céréales, Riz, pâtes et autres féculents, Epices et aromates, Sucre de betterave, de canne (Bio/MDD).

Restauration commerciale et collective : Boissons, Produits d'épicerie, Produits pour le snacking et distributeurs automatiques, Produits salés et sucrés (Bio/MDD).