



Baromètre de Satisfaction 2026

Les principaux enseignements

FNB
FEDERATION
NATIONALE
DES
BOISSONS

Une perception **très positive** de l'action syndicale



Note moyenne
8,4/10
★★★★

79% des répondants attribuent une note \geq 8/10

96% estiment que les actions menées sont adaptées aux enjeux de la profession.

96,5% soulignent que l'action de la FNB est utile.

89% se déclarent satisfaits des services apportés par la FNB à leur entreprise.

Des priorités stratégiques **largement confirmées**

Les répondants placent en tête :



1. La défense et la valorisation du rôle du grossiste en boissons
2. Le maintien d'un haut niveau de dialogue social
3. Le renforcement de la vie syndicale et des services aux membres
4. Le développement de la visibilité de la FNB et de ses adhérents
5. L'accompagnement de la transformation RSE de la profession

Des niveaux de satisfaction **globalement élevés**



93% sont satisfaits du **Dialogue social de branche et des outils de l'Observatoire des métiers**



89% sont satisfaits de la **Représentation de la profession et des prises de parole**



89% sont satisfaits des **Rencontres, webinaires, outils documentaires et actions de veille**



86% sont satisfaits du **Label RSE et des outils associés**



86% sont satisfaits de **La proximité avec les adhérents**

Des services **bien identifiés**...

96% sont satisfaits **des actions de veille** ;
82% apprécient notamment les newsletters et actualités.

La **Base documentaire** est également un service bien identifié et apprécié (**68%**).

57% des répondants connaissent et apprécient le **service de réponses individuelles** ; parmi les répondants concernés, **100%** se déclarent **satisfaits de la qualité et des délais de réponse**.

... Des outils **à mieux faire connaître**

57% des répondants restent à mieux mobiliser autour des **ateliers et webinaires thématiques**, les principaux freins évoqués étant le manque de visibilité de l'offre et la difficulté à dégager du temps.

Le **label RSE** est identifié par **82%** des répondants, mais son appropriation peut encore progresser : **32%** le connaissent mais ne l'utilisent pas.

46% des répondants restent à mieux sensibiliser à l'existence et à l'utilité **des études conduites par l'Observatoire des Métiers DCHD**.

FOCUS SUR LA RSE



96% des entreprises répondantes déclarent être engagées dans une démarche RSE

89% considèrent le label Grossiste en boissons Engagé utile.

Thèmes jugés prioritaires pour les webinaires et ateliers :

Engagement des collaborateurs (**60%**)

Valorisation auprès des partenaires (**54%**)

Dialogue avec les parties prenantes (**39%**)

Conclusion

Le baromètre confirme une forte adhésion à l'action de la FNB. Son utilité, sa représentativité et la qualité de ses services sont largement reconnues. Les attentes exprimées invitent surtout à mieux valoriser les outils existants, à renforcer les échanges entre adhérents et à poursuivre l'accompagnement sur les enjeux sociaux, juridiques et économiques.