

# Dossier de presse 2011



Le spécialiste de la vente à distance  
et de la livraison à domicile  
de produits alimentaires



## Contact presse

Laure THALAMY  
Responsable Communication  
Toupargel Groupe

Tél. : 04 27 02 60 50  
Port. : 06 76 86 09 76  
[Laure.thalamy@toupargel.fr](mailto:Laure.thalamy@toupargel.fr)



# SOMMAIRE

Le communiqué de presse	p.3
Le Groupe Toupargel	p.4
Toupargel, n°1 de la livraison de surgelés et de glaces à domicile	p.5
- L'activité « Surgelés », le métier historique du Groupe Toupargel	p 5
- La vente et le conseil par téléphone, une relation privilégiée unique	p 5
- Un site marchand, pour une offre multicanale	p 6
- Une offre large et qualitative de produits surgelés	p 8
- Une couverture nationale et une forte pénétration dans les zones rurales	p 12
- Le profil du client Toupargel	p 13
- De nouveaux outils pour une communication active	p 14
Place du Marché, le spécialiste de la livraison de produits frais et d'épicerie	p.15
- Le mariage du téléphone et du web, une façon inédite de distribuer des produits frais et d'épicerie	p 15
- Le blog de placedumarche.fr, pour une communication renforcée	p 16
- Plus de 4 500 produits qualitatifs	p 17
- Une implantation régionale	p 18
La sécurité alimentaire, une priorité au sein du Groupe	p.19
- Un système de Management de la Qualité fondé sur le référentiel ISO 9001	p 19
- Garantir la sécurité alimentaire par des contrôles permanents	p 19
- Une totale traçabilité des produits vendus	p 20
La satisfaction client, au cœur de l'organisation du Groupe Toupargel	p. 21
- Une sélection produits rigoureuse pour garantir la satisfaction client	p 21
- Un service consommateurs dédié	p 21
- Une évaluation régulière de la satisfaction clients	p 22
- Une information transparente sur les produits	p 22
Annexes	p 23
- Surgelés, des vitamines préservées	p 24
o Des bons surgelés, des produits de qualité	
o La surgélation, un procédé intelligent	
- Zoom sur la chaîne du froid Toupargel	p 25
- Régimes spécifiques : Toupargel s'engage	p 26
o Intolérances et allergies alimentaires, des produits adaptés	
o Les surgelés certifiés casher	
o Les surgelés certifiés halal	
- Zone rurale ou périurbaine : Toupargel livre partout !	p 29



# LE COMMUNIQUE DE PRESSE

Depuis plus de 64 ans, le Groupe Toupargel est le spécialiste de la vente et de la livraison chez les particuliers de produits alimentaires.

Le Groupe s'appuie sur 2 activités : l'activité « Surgelés » avec l'enseigne Toupargel qui réalise 94 % du chiffre d'affaires du Groupe, et l'activité « Frais & Epicerie » avec Place du Marché qui représente 6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Toupargel bénéficie d'un modèle de vente unique : la vente par téléphone (à l'initiative de la télévente ou des clients) ou par internet (sites marchands) suivie de la livraison à domicile 48 h après la prise de commande.

Début 2009, le Groupe s'est ouvert au multicanal avec le lancement de son premier site marchand pour l'activité « Frais & Epicerie » et l'ouverture d'un service clients accessible via un numéro d'appel gratuit (n° 30 40) dédié aux appels entrants (à l'initiative des clients et prospects) concernant l'activité « Surgelés ».

En 2010, Toupargel a poursuivi cet objectif avec le lancement au premier semestre de son site de vente en ligne de produits surgelés.

L'offre de Toupargel est l'une des plus larges du marché de la livraison à domicile de surgelés avec près de 1 100 références et l'une des plus variées avec des plats préparés à réchauffer (apéritifs, entrées, plats principaux individuels ou familiaux), des desserts et glaces, ainsi qu'un large choix de produits « bruts » (viandes, volailles, produits de la mer, légumes) à cuisiner. Sa gamme se compose de marques nationales et de produits à marque propre à fort engagement (naturalité, pêche responsable). Toupargel propose également des produits adaptés aux personnes suivant des régimes spécifiques : halal, cacher, ainsi qu'une gamme de produits adaptés aux consommateurs souffrant d'intolérance au gluten, de diabète, de surpoids, de cholestérol, ou encore d'hypertension artérielle.

Au total, 7 millions de commandes annuelles, soit près de 30 000 commandes chaque jour, sont enregistrées dans toute la France métropolitaine (y compris Paris intra-muros à partir de fin 2011), préparées sur 5 plates-formes dédiées, puis livrées à 1.2 millions de clients. Le Groupe est en position de leader sur le marché de la livraison à domicile de produits surgelés avec 33 % de parts de marché (sur les communes de moins de 10 000 habitants près de 1 foyer sur 13 est client Toupargel). Toupargel Groupe, coté au compartiment C Nyse Euronext Paris, regroupe 3 474 collaborateurs, et a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 351,5 M€.

# LE GROUPE TOUPARGEL

## Aujourd'hui, le Groupe Toupargel, c'est :

- Une couverture de l'ensemble du territoire français métropolitain (y compris Paris intra-muros à partir de fin 2011)
- Un chiffre d'affaires de 351.5 M€ en 2010
- Le spécialiste de la distribution à domicile de produits alimentaires
- Deux enseignes : Toupargel et Place du Marché
- 3 474 collaborateurs
- 1,2 million clients
- 5 plates-formes de préparation de commandes basées à Lyon, Poitiers, Argentan et Montauban pour les produits surgelés et Chalon sur Saône pour les produits frais et d'épicerie
- 7 millions de commandes préparées et livrées chaque année



CA 2010  
351,5 M€  
1,2 million clients  
Effectif : 3 474



**SURGELES**  
CA 2010 : 331,1 M€  
1,2 million de clients  
Effectif : 3 351

**FRAIS ET EPICERIE**  
CA 2010 : 20,4 M€  
50 000 clients  
Effectif : 123



## Numéro 1 de la livraison à domicile de surgelés

### L'activité « Surgelés », le métier historique du Groupe Toupargel

L'activité « Surgelés » est le fondement du Groupe créé en 1947, celle qui lui a permis de mettre au point son système de vente, de s'imposer sur le marché français de la livraison à domicile avec une position de leader. Elle représente 94 % de son activité globale.

Numéro 1 de la livraison à domicile de produits surgelés aux particuliers avec 33 % de parts de marché, Toupargel a réalisé en 2010 un chiffre

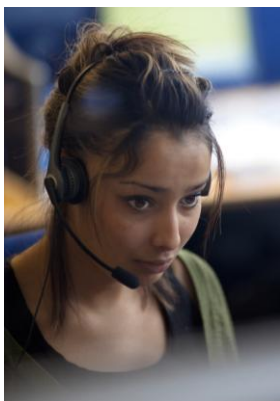
d'affaires de 331,5 M€. Aujourd'hui, Toupargel, c'est 3 351 collaborateurs au service de 1.2 million de clients et assurant 7 millions de commandes par an partout en France métropolitaine (y compris Paris intra-muros à partir de fin 2011).



### La vente et le conseil par téléphone, une relation privilégiée unique

Au début des années 1980, Toupargel fut la première entreprise sur le marché de la livraison à domicile de produits surgelés à réaliser la totalité de ses ventes par téléphone, par appels « sortants » et, depuis 2009, également par appels « entrants ».

#### ***Vente par appels « sortants » : un système de vente fidélisant***



Des télévendeurs, salariés de Toupargel, appellent 15 fois par an (une fois tous les 18 jours environ) leurs clients qui ont préalablement reçu le catalogue (qui change tous les 18 jours) dans lequel sont référencés tous les produits afin d'enregistrer leurs commandes et de les guider dans leurs achats. Ce système de vente unique et maîtrisé permet à Toupargel d'être proactif dans son offre de service et fidélisant dans sa relation client.

Les commandes sont ensuite préparées et conditionnées individuellement par des équipes spécialisées sur quatre plates-formes dédiées. 48 à 72 heures après l'appel téléphonique, chaque commande est livrée au domicile des clients, en camion réfrigéré, sans rupture de la chaîne du froid.

## Vente par appels « entrants » : pour un service sur-mesure

Depuis le début de l'année 2009, afin d'être toujours au plus près des attentes de ses clients en leur proposant un service plus souple, Toupargel a mis en place une équipe dédiée aux appels entrants : **le Service Clients** joignable à partir d'un numéro court et gratuit le 30 40. A partir de ce numéro, les clients ou non clients qui préfèrent être à l'initiative de leurs commandes, changer l'heure de leur livraison, modifier le contenu de leur commande, ou simplement obtenir des renseignements, ont à leur disposition une équipe formée et spécialisée pour gérer immédiatement ces demandes.



## Un site internet marchand, pour une offre multicanale

Lancé début 2010, le site marchand renforce la relation privilégiée qui unit Toupargel à ses clients via des newsletters, des informations sur l'historique des commandes, des recettes et des informations pratiques. Il permet aussi d'attirer une nouvelle clientèle, urbaine, jeune et active.

## Toupargel.fr : relation humaine maintenue et service de livraison haute qualité, les atouts d'un site marchand de surgelés inédit

Le site Toupargel.fr crée dès la page d'accueil une forte relation avec le client qui n'est pas seul sur Internet : pour se renseigner sur les produits, le service de livraison, des idées de recettes, pour changer sa commande ou la date/horaire de livraison, le Service Clients de Toupargel, composé de professionnels du conseil, est facilement accessible 6 jours sur 7 par demande de rappel via le site ou en appelant un numéro court – le 30 40 – gratuit depuis un poste fixe. D'emblée, l'internaute se sent



accompagné. La simplicité prime aussi : il suffit d'entrer son code postal pour vérifier si sa commune est desservie (Toupargel livre 98 % du territoire national), se voir proposer différentes dates et créneaux de livraison, et commencer son marché.

Une navigation est possible via une recherche par mots clés ou par références catalogue, très utilisée par les clients traditionnels. Les photographies appétissantes de tous les produits sont mises en scène par notre conseiller culinaire, le client peut retrouver facilement ses points fidélité à gagner sur les produits ou à dépenser dans la boutique cadeaux. Sans oublier les nouveautés et les sélections de produits faciles à préparer ou de conditionnements spécifiques...

Par ailleurs, Toupargel décline sur son site internet un principe de boutiques de marques nationales permettant aux consommateurs de retrouver des produits qu'ils connaissent, comme Pescanova, Ben&Jerry's (Toupargel.fr propose la gamme la plus large du marché), Findus...

Aux 1 000 produits du catalogue Toupargel s'ajoutent les trois gammes spécifiques, Régimes Alimentaires, Halal et Cacher.

Ainsi, le site est exactement à l'image de Toupargel, proche et soucieux de la satisfaction de chacun de ses consommateurs. Le graphisme, les photos, l'ambiance visuelle restituent page par page l'attractivité et la qualité des produits. Rien n'a été laissé au hasard pour distinguer ce site des classiques supermarchés en ligne.

### ***Des fonctionnalités innovantes au service du client***

Des « promotions à la carte », une spécificité Toupargel très prisée des clients achetant par téléphone et qui remporte déjà un vif succès auprès des internautes.

Du cross-selling tout au long du parcours client : des produits d'accompagnement sur nos fiches produits, des ingrédients à acheter dans nos recettes et les produits les plus achetés au moment de finaliser sa commande,

Un traitement optimal de chaque réclamation déposée sur le site, un historique des commandes par téléphone et par Internet sur plus d'un an avec la possibilité de reprendre ses paniers en un clic, un suivi de la commande de la préparation à la livraison avec un e-mail de confirmation de l'horaire de livraison l'avant-veille, le site marchand toupargel.fr bénéficie de fonctionnalités inédites, dans un souci de service clients haut de gamme.



## Une offre large et qualitative de produits surgelés

### **Une gamme à la fois généraliste...**

Plus de 1 000 produits sont référencés dans les catalogues Toupargel envoyés ou remis avant chaque appel à tous les clients. Cette gamme permet d'offrir une palette très variée, de l'apéritif au dessert, avec des plats prêts à servir, ou micro-ondables, mais aussi des produits à cuisiner. Quatre valeurs ont guidé la constitution de cette gamme : la qualité, la praticité, l'originalité et la compétitivité. Parmi eux, des produits à marque nationale, régionale, ou encore à marque Toupargel.

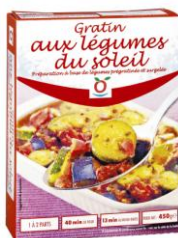


### **Des marques nationales pour le choix**

Avec plus de 100 références à marque nationale, Toupargel propose les signatures plébiscitées par les consommateurs (Tipiak, Bonduelle, Findus...), dans les familles clefs (glaces, légumes, plats cuisinés).

### **Des produits à marque Toupargel pour une offre exclusive**

En 2005, le Groupe a lancé sa marque de produits surgelés Toupargel avec plus de 50 références de produits glacés : des bâtonnets classiques, des cônes, en passant par les sorbets et crèmes glacées.



Depuis, l'offre à marque Toupargel s'est déployée sur des gammes complètes.

En 2007, plus de 100 nouveaux produits signés Toupargel ont ainsi été créés avec une offre renforcée sur les entrées, les plats cuisinés et les desserts.

Fin 2010, les 400 produits surgelés à marque Toupargel ont représenté près de 40 % du chiffre d'affaires réalisé par la société.



**Une centaine de nouveaux produits sont lancés chaque année**



## La gamme Fin Gourmets :

### pour un service digne d'un traiteur à domicile

Les produits Toupergel sont segmentés en fonction des moments de consommation : une gamme pour les produits de consommation quotidienne, **une gamme pour les produits « premium » signée « Les Fins Gourmets »** Toupergel. Apéritifs inédits, entrées délicates, desserts de choix, la gamme Fins Gourmets comprend plus de 70 références avec notamment des tartes Tatin salées, clafoutis salés, moelleux salés avec cœur coulant, papillotes de poisson, entremets divers, tartes chocolat, sorbets plein fruits...



Avec les produits Toupergel, le Groupe développe la fidélisation de sa clientèle en s'appuyant sur cinq atouts majeurs :

1. **Des produits exclusifs** : 400 produits à marque Toupergel non disponibles dans d'autres réseaux de distribution ou chez nos concurrents, porteurs d'avantages spécifiques au niveau de leur recette, faciles à utiliser, bien conditionnés.
2. **Des produits sélectionnés** : la fabrication des produits à marque Toupergel est confiée à des partenaires fournisseurs sur la base d'un cahier des charges précis.
3. **Une naturalité préservée** : liste restreinte d'ingrédients entrant dans la composition des produits.

Depuis début 2010, les nouveaux produits proposés par Toupergel, hors marques nationales, **sont exempts de colorants et arômes artificiels, de conservateurs, d'exhausteurs de goûts ainsi que d'huile de palme**. 70 recettes de produits permanents de la gamme ont aussi été modifiées. De même, Toupergel entame une démarche de suppression de l'huile de palme dans ces recettes pour les nouveaux produits et références permanentes.

La marque Toupargel est fondée sur des engagements forts tels que **la naturalité, la sécurité alimentaire et la pêche responsable.**

En 2009, Toupargel a renforcé ses exigences sur la présence d'additifs dans les produits lancés pour s'orienter vers une **exclusion complète des exhausteurs de goût, des arômes et colorants artificiels et des conservateurs non indispensables.** Les nouveautés de la gamme Toupargel (plus d'une centaine par an) en sont d'emblée exemptes.

Par ailleurs, au 1<sup>er</sup> janvier 2010, **aucune référence à marque Toupargel permanente ne contenait de matière grasse végétale hydrogénée.**

4. **Une démarche de développement durable :** strict contrôle des méthodes de récolte ou de pêche.



Toupargel, dont l'offre en produits de la mer est l'une des plus larges du marché (15 nouvelles références en 2009 et une vingtaine prévues en 2010 sous la marque Toupargel), notamment en termes de qualité (coeur de filet, dos...) et d'espèces (saumon sauvage, vivaneau...), bâtit également **une charte d'engagement en faveur de la pêche responsable et contribue ainsi à la préservation des ressources halieutiques en privilégiant les espèces moins vulnérables et l'aquaculture.**



Toupargel poursuit par ailleurs le **développement de sa gamme de produits Bio** (légumes, viandes, volaille...) en proposant 11 nouveaux produits (saumon fumé, pizza aux trois fromages, pavés de saumon, frites, poêlée de légumes, courgettes, épinards, tarte aux pommes, crème glacée et sorbets...). De même Toupargel propose désormais des steaks hachés et de la volaille **certifiés « Bleu-Blanc-Coeur », riches en oméga 3.**

5. **La sécurité alimentaire :** préservée grâce à une sélection rigoureuse des sites de production audités par le Service Qualité de Toupargel, un test systématique des nouvelles recettes par un panel de dégustation interne, un plan de contrôle qualité rigoureux tout au long de la vie du produit, un panel de dégustation externe pour comparer les produits avec des références proposées par la concurrence.

## Un leadership en produits bruts<sup>1</sup>

La gamme de produits à marque Toupargel laisse une place importante aux produits bruts.

En 2010, ces produits composaient 50 % de la gamme, là où le concurrent n°1 n'intégrait que 32 % de produits bruts dans son offre.



### **...et une gamme segmentée**

« A CHAQUE CONSOMMATEUR SES PRODUITS »

Toupargel a également segmenté son offre pour tenir compte de la diversité de ses consommateurs. Cette démarche différencie fortement Toupargel de ses confrères du marché de la livraison à domicile, mais également des freezers centers, qui ne peuvent pas proposer une gamme de produits surgelés aussi large compte tenu de la répartition de leurs stocks sur l'ensemble du territoire.

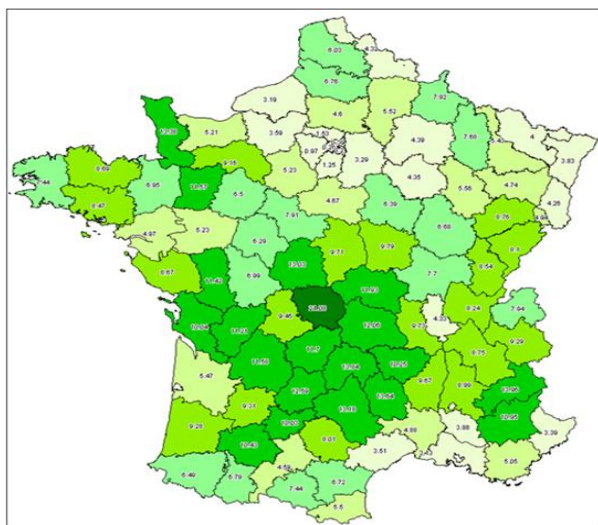
Toupargel propose ainsi une offre de surgelés pour les régimes alimentaires spécifiques : une gamme cacher, une gamme halal, une gamme de produits adaptés aux consommateurs souffrant d'intolérance au gluten, de diabète, de surpoids, de cholestérol, ou encore d'hypertension artérielle.



**20 millions de catalogues on été distribués en 2009**

<sup>1</sup> Produits bruts = légumes et pommes de terre, viandes, volailles, produits de la mer, non cuisinés

## Une couverture nationale et une forte pénétration dans les zones rurales



- Une couverture nationale
- Une cible plutôt rurale avec un taux de pénétration élevé sur les communes de -10 000 habitants

Taille_commune	Taux de pénétration
Moins de 10 000 hbts	8.81%
[10 000,30 000[ hbts	3.53%
[30 000,50 000[ hbts	2.66%
[50 000,100 000[ hbts	2.16%
plus de 100 000 hbts	2.07%
	<b>5.82%</b>

### Taux de pénétration à fin 2008 sur toutes communes livrées

0.1% - 4.5%	(20)
4.5% - 6%	(16)
6% - 8%	(18)
8% - 10%	(19)
10% - 14%	(19)
14% - 24%	(1)
Autres	(1)

Les infrastructures commerciales et logistiques permettent au Groupe Toupargel d'avoir une couverture totale du territoire français et une implantation homogène. Aujourd'hui, l'activité « Surgelés » regroupe 34 agences de télévente, 100 agences de livraison implantées partout en France et 4 plates-formes logistiques situées à Poitiers (86), Montauban (81), Civrieux d'Azergues (69) et Argentan (61).

**30 000 commandes sont livrées chaque jour partout en France métropolitaine.**

## Le profil du client Toupargel

### **98 % du territoire métropolitain est couvert par Toupargel.**

Toupargel est ainsi présent dans 93 départements de France métropolitaine (sauf Paris intra muros) et livre 34 360 communes sur les 36 600 communes.

79 % des clients habitent des communes de moins de 10 000 habitants et 67 % dans des communes de moins de 5 000 habitants.

Le taux de pénétration sur ces communes est de 10 %.

### **1 foyer sur 13 est client chez Toupargel.**

(sur 34 400 communes de moins de 10 000 habitants).



- 41 % des foyers français résident dans les communes de moins de 10 000 habitants
- 1 commune sur 2 ne bénéficie par de commerces de proximité
- En 30 ans,
  - ✓ le nombre de petites épiceries a été divisé par 6,
  - ✓ le nombre de boucheries par 3

(TNS, Secodip, Insee, Syndigel)

## Le profil type de la clientèle Toupargel

- 92 % de femmes âgées en moyenne de 59 ans
- Commandent 5.5 fois par an pour un panier moyen de 47 €
- Sont acheteuses de produits VPC (notamment vêtements, produits de beauté...)
- Habitent principalement en maison (74 %) et en milieu rural
- Sont propriétaires de leur habitation (66 %) et ont un cadre de vie stable
- Se connectent à internet de leur domicile moins souvent que l'ensemble des foyers français
- Sont abonnées à plusieurs journaux et effectuent des dons pour la recherche médicale
- Un client sur 2 est retraité

(Données Toupargel - Axiom 2009)



80 % des clients Toupargel habitent en zone rurale ou petite agglomération. Ce sont des seniors (51 %) et des familles avec enfants (27 %) à revenu modeste. Des segments qui représentent 58% de la population française.

(source : étude Axiom 2010)

## De nouveaux outils pour une communication active

Toupargel place le consommateur au cœur de son organisation : un client ou prospect qu'il faut satisfaire et fidéliser sur le long terme. Toupargel s'est donc focalisée depuis deux ans sur le Service et la Relation Client, éléments clés de son développement et de sa pérennité. Depuis 2009, de nouveaux services ont ainsi vu le jour : site internet, campagnes d'e-mailing, Service Clients dédié aux appels entrants, livraison en soirée et le samedi...

Autant d'innovations permettant d'être toujours plus proche de ses clients et de créer une relation durable avec eux.

### ***Une campagne TV inédite pour une notoriété renforcée : Tony Parker ambassadeur de la marque Toupargel***

Dans le secteur de la distribution de produits surgelés, Toupargel a été précurseur en 2007 et 2008 en lançant sa 1<sup>ère</sup> campagne de publicité, puis en renouvelant l'opération en 2009-2010-2011.

Afin de développer sa notoriété et d'élargir sa cible de clientèle vers un public plus jeune et plus urbain, Toupargel s'est associé au basketteur de renommée internationale, Tony Parker, dans une campagne de publicité d'envergure sur les chaînes nationales et locales (1<sup>ère</sup> vague du 26 septembre au 21 octobre puis 2<sup>ème</sup> vague du 7 novembre au 4 décembre 2011).

Pour capitaliser sur l'image de Tony Parker et le lancement de cette campagne, Toupargel a relayé cette opération sur sa page Facebook.





## Le spécialiste de la livraison à domicile de produits frais et d'épicerie

En dupliquant les facteurs clés de succès de l'activité "Surgelés", Place du Marché est précurseur sur son secteur en proposant la livraison à domicile de produits frais, d'épicerie, d'hygiène et de droguerie avec prise de commande par téléphone.

### Le mariage du téléphone et du web, une façon inédite de distribuer des produits frais et d'épicerie

Depuis début 2009, Place du Marché propose deux modes de commande à ses clients : par téléphone et par internet avec [placedumarche.fr](http://placedumarche.fr).

La télévente, savoir-faire du Groupe, a été adoptée dès la création de l'activité. Aujourd'hui, un centre d'appels regroupant 36 télévendeurs et 40 téléprospectrices permet de traiter les commandes de près de 50 000 clients.

Le site marchand a permis, quant à lui, de cibler de nouveaux clients et de développer l'activité. L'enseigne Place du Marché nécessitait un canal de vente complémentaire à celui du téléphone : 20 articles commandés en télévente contre 50 par internet et un panier moyen qui passe du simple à plus du double : 52 € contre 123 € (+6,7 % par rapport à 2009). Avec toutefois une clientèle spécifique.



En effet, au-delà de la clientèle historique de Place du Marché - les habitants des communes de moins de 10 000 habitants où les commerces de proximité sont peu nombreux - l'e-commerce attire des consommateurs plus urbains, plus actifs et de type familial. L'âge moyen des clients est de 62 ans pour la télévente et de 40 ans pour internet.



Malgré les différences, le client internet, comme le client télévente, trouve un réel avantage à la livraison à domicile : **un palliatif au manque de commerces de proximité pour l'un et un service idéal pour sa flexibilité et son confort pour l'autre.**

### **Les atouts de *placedumarche.fr***

- Un réseau de livraison large et performant garantissant la qualité de service et limitant les coûts de livraison que l'on habite en ville ou en campagne ;
- Une offre variée de produits frais, d'hygiène et d'épicerie ;
- Une offre en produits frais très large, notamment en poissons ;
- La maîtrise de la chaîne du froid (camions bi température).

### **Relation humaine maintenue et service de livraison haute qualité, les atouts d'un site marchand alimentaire inédit**

Cette activité multicanal inédite combine les avantages d'Internet (accessibilité à tout moment, efficacité dans le traitement) avec les points forts du téléphone (relation personnalisée, conseil).

Au niveau de la logistique et de la livraison, les deux activités s'appuient sur l'organisation en place.

Point fort du site, la relation humaine. Si l'internaute est perdu, s'il s'interroge, un simple message lui permet d'être rappelé rapidement par une télévendeuse qui le guidera.

Avec Place du Marché, il n'est plus seul devant l'écran, ce qu'il appréciera pleinement et constitue un véritable facteur clé de succès.

### **Le blog de Place du Marché, pour une communication renforcée**

Place du Marché a décidé d'occuper la toile au-delà de son site marchand en ouvrant un blog actualisé régulièrement. Touchant une cible plus jeune, il permet également un retour rapide de la part des clients grâce aux commentaires et une proximité accrue.

Parallèlement, de nombreux axes de communication ont été expérimentés :

- Online (sur internet) : référencement naturel et payant, réseaux sociaux, sponsoring, e-mailing, échange de liens, co-registrations, cobranding...
- Offline : affichage, spot radio, accroche-porte...

Depuis 2010, les clients "télévente" bénéficient d'une communication dédiée via le site marchand placedumarche.fr. Ils retrouvent dans leur compte client internet l'historique de leur commande prise par téléphone.

## **Plus de 4 500 produits qualitatifs**

L'offre Place du Marché compte une gamme de plus de 4 500 références et se compose de 1 200 produits frais (fruits et légumes, poissons, viandes, volailles et produits laitiers) mais aussi de produits d'épicerie et non-alimentaires (hygiène, maison et entretien, alimentation pour animaux).

Cette gamme est présentée dans un catalogue édité 13 fois par an ; elle est identique à celle du site marchand placedumarche.fr.

Place du Marché, c'est aussi plus de 1 000 produits à marque Casino (169 références en plus en 2010) d'un excellent rapport qualité prix et plébiscités par notre clientèle. Près de 18 % du chiffre d'affaires est réalisé par les produits à marque Casino.

## **De nouvelles références pour répondre à de nouveaux besoins**

Tout au long de l'année 2010, près de 500 références supplémentaires ont été proposées aux clients.

La gamme produits de Place du Marché sera renforcée en produits pour lesquels la livraison à domicile prend tout son sens, comme le non-alimentaire (lessive, hygiène...). Les gros conditionnements permettant de cibler les familles, premiers acheteurs sur internet, seront également développés.



L'année 2010 a été marquée par le développement des gammes épicerie et non-alimentaire. Sans abandonner les produits frais, qui sont l'une des forces majeures de Place du Marché. Avec un choix parmi les plus larges, l'activité tendra à se rapprocher des chiffres de la grande distribution où l'épicerie représente environ deux tiers des références. L'offre des produits Casino sera également largement représentée dans les nouveautés.

## Une implantation régionale

Un centre d'appels de 80 postes et une plate-forme de préparation de commandes de 16 000 m<sup>2</sup> capable de traiter jusqu'à 8 000 commandes par jour, sont basés à Chalon sur Saône (71). Le réseau de livraison de Place du Marché couvre près de 20 % du territoire, soit 8 000 communes de 29 départements du Nord-Est et du Centre de la France.

## Mutualisation de la livraison du surgelé, du frais et de l'épicerie

En 2009, le transport entre les plates-formes logistiques et les agences de livraison de Toupergel et de Place du Marché a été mutualisé. Fin 2009, 8 000 clients Toupergel ont reçu des newsletters leur permettant de découvrir au travers d'offres privilégiées le service de livraison de produits frais et d'épicerie de Place du Marché.

En 2010, toutes les agences de livraison Toupergel et Place du Marché ont été mutualisées et des camions de livraison bi température ont été acquis, ce qui permet de livrer en même temps des produits frais, d'épicerie et surgelés. L'offre de produits a été ainsi élargie et la zone de chalandise de Place du Marché pourra s'étendre progressivement.

Grâce à son maillage géographique et à son outil informatique d'organisation des tournées de livraison, Place du Marché est en mesure de livrer plusieurs fois dans la même semaine ses clients en cas d'imprévu, tout en maîtrisant ses coûts de livraison.

## En 2010 Place du Marché, c'est

- 123 collaborateurs
- 20 M€ de chiffre des ventes en 2010
- 50 000 clients sur le Centre et le Nord-Est de la France
- Plus de 4 500 produits frais et d'épicerie livrés à domicile
- 8 000 commandes livrées par jour



## La sécurité alimentaire, une priorité du Groupe Toupargel

Fournir un aliment à un individu constitue une responsabilité particulière, Toupargel fait aussi de la sécurité alimentaire une priorité, objet de « bonnes pratiques », d'investissements et de contrôles à toutes les étapes de son activité.

### Un Système de Management de la Qualité fondé sur le référentiel ISO 9001

En mettant en place un Système de Management de la Qualité, fondé sur le référentiel ISO 9001, Toupargel a la volonté de conforter la sécurité alimentaire de ses clients. A travers ce dispositif sont décrits précisément les gestes, les manières de faire et les règles de conduite à respecter en matière d'hygiène et de sécurité aux différentes étapes de l'activité. Ainsi, pour chaque poste concerné, le Groupe analyse les risques éventuels et met en place des plans d'action afin d'y remédier. A noter, des contrôles permanents sont réalisés pour vérifier le respect de ce dispositif.

### Garantir la sécurité alimentaire par des contrôles permanents

Les produits sont au cœur de ce dispositif qui prévoit notamment une série de contrôles rigoureux à leur niveau.

Dès leur réception sur les 4 plates-formes de préparation de commandes, les produits sont **suivis et contrôlés jusqu'à leur livraison** chez les clients.

Tout d'abord, au moment de la mise à quai des transporteurs, des contrôles sont réalisés afin de vérifier la **propreté des camions, la température, les dates limites** de consommation optimales des produits. Les résultats sont ensuite enregistrés sur un système informatique.

Suivent, dans un deuxième temps, différents **contrôles réalisés par des laborantines internes**. Le Groupe collabore également avec des laboratoires externes qui réalisent notamment des analyses microbiologiques sur les produits.

Toupargel s'est ainsi engagé à **tester au moins une fois par an ses 1 000** références.

Parallèlement, des **suivis de températures sont réalisés en permanence** pendant le stockage, la réparation de commandes, le transport en vue de garantir l'absence de la rupture de la chaîne du froid.

Au-delà des différents contrôles effectués sur les produits, Toupargel vérifie régulièrement ses infrastructures. En effet, via son **audit interne**, le Groupe vérifie si les règles, les méthodes, les procédures d'hygiène et de sécurité à appliquer dans les agences, sur les plates-formes de préparation de commandes et chez ses fournisseurs sont respectées.

### **Une totale traçabilité des produits vendus**

Grâce à son système de vente et à son organisation, Toupargel est en mesure de connaître l'ensemble de ses clients ayant reçu une référence donnée. Dès lors, en cas d'alerte sanitaire déclenchée sur un produit particulier, le Groupe est capable de les avertir et de rappeler les produits. Parallèlement, depuis 2005, Toupargel a mis en place un numéro Vert, opérationnel 24h sur 24, 7 jours sur 7. Il est mis à la disposition des fournisseurs en cas de problème grave nécessitant le rappel d'un produit et pouvant avoir des conséquences sur la santé de ses clients.

**Les 7 millions de commandes annuelles bénéficient d'une traçabilité maîtrisée**

# La satisfaction client

## au cœur de l'organisation du Groupe Toupargel

### Une sélection produits rigoureuse pour garantir la satisfaction client

L'introduction d'une nouveauté potentielle est conditionnée par la réussite des tests organoleptiques réalisés par le panel de dégustation que constituent les équipes marketing de Toupargel. Le conditionnement, le visuel, le goût, la praticité de mise en œuvre, tous ces paramètres sont passés au crible pour donner aux nouveaux produits les atouts de la réussite.

### Un service consommateurs dédié

L'année 2007 a été marquée par la constitution d'une base de données centralisée, reprenant l'ensemble des remontées clients et le détail des modalités de traitement mises en œuvre.

L'intérêt de cette base est double.

- D'une part, elle permet d'identifier rapidement les réclamations récurrentes et d'en accélérer le traitement de fond, par la mise en place d'actions d'amélioration continue des produits et processus.
- Et d'autre part, chaque télévendeur peut accéder en temps réel au détail des remontées opérées par ses clients ainsi qu'à l'état de leur traitement. Il peut ainsi utiliser à bon escient chaque incident rencontré dans le parcours de la relation tissée avec ses clients.

### Une évaluation régulière de la satisfaction clients

Depuis 1998, Toupargel mesure chaque année le taux de satisfaction clients. Un échantillon représentatif de ses clients est interrogé sur les services, les offres et les produits de Toupargel et Place du Marché. Ceci permet d'établir une courbe de satisfaction sur différents items, d'identifier les points d'amélioration et de mettre en place des actions correctives.

En 2010, et dans la lignée des années précédentes, **98 % des clients Toupargel se déclarent satisfaits de leur enseigne**, Le baromètre de satisfaction montre que **77 % des clients sont très satisfaits de la livraison**. Toupargel bénéficie également d'une très bonne satisfaction concernant les produits (qualité, gamme, rapport qualité/prix) et la commande :

- 99% des clients sont satisfaits de la qualité de la gamme
- 97% du choix proposé
- 92% du rapport qualité/prix des produits

*Source : baromètres réalisés par Côté Clients en 2009 et en 2010 respectivement auprès de 750 et 1000 clients Toupargel.*

## Une information transparente sur les produits

Dans un souci d'information permanente de ses clients, Toupargel apporte un maximum de précisions sur les produits, les emballages et dans ses catalogues. Parallèlement, la force de vente dispose d'un outil informatique lui permettant de répondre aux interrogations les plus pointues concernant la gamme produits.

Les produits à marque propre font l'objet d'un cahier des charges strict, établi avec les fournisseurs partenaires de Toupargel. Pour faciliter la gestion et sécuriser les données, ces cahiers des charges sont stockés dans un outil "Trace One" de manière électronique.

Au-delà de l'aspect pratique et réactif, cet instrument est un véritable outil de communication interne pour la qualité. Grâce à lui, les laborantines en charge des contrôles produits sur les différents sites et les conseillères du service consommateurs peuvent disposer d'informations précises et à jour, pour les contrôles et pour répondre aux interrogations des clients.

# ANNEXES

# Surgelés : des vitamines préservées

Les produits surgelés ont beaucoup d'avantages.  
Parmi eux : celui de préserver les vitamines.

## Des bons surgelés, des produits de qualité

Ce qui fait la qualité des **surgelés**, c'est avant tout la sélection de produits de qualité. Les fruits et légumes qui vont être surgelés ont bien des atouts :

- ils sont cultivés en pleine terre et non hors-sol comme de nombreux légumes et fruits frais ;
- ils sont cueillis mûrs : ils ont eu le temps de se gorger de nutriments... et de soleil !
- ils sont stockés à peine quelques heures avant surgélation.

Voilà pourquoi les vitamines sont préservées dans les **produits surgelés Toupargel** !

## La surgélation : un procédé intelligent

Si la teneur en vitamines est parfois supérieure aux produits frais, il y a bien une raison. Les fruits et légumes, après avoir été lavés et épluchés, sont surgelés dans les heures suivant la récolte. Toupargel s'engage et vous garantit même la surgélation des produits dans les 12 heures avec le logo « engagement chrono ». Pas de risques que les vitamines prennent la fuite !

Le légume vendu au marché ou en supermarché, lui, a été cueilli la veille, voire il y a plusieurs jours. Il est même souvent stocké un moment avant d'être mis en vente... Or beaucoup de vitamines s'altèrent à l'air, avec la chaleur et même à la lumière (vitamines A, C, B1, B12...). Et ceci, c'est sans compter le temps qu'ils auront passé dans votre réfrigérateur... Les produits surgelés, c'est vraiment la garantie de vitamines préservées !

### **Un produit congelé est la même chose qu'un produit surgelé - Faux.**

Les produits surgelés sont refroidis de manière précoce et rapide, à très basse température (plus de -30 °C) alors que les produits congelés sont refroidis au minimum à -12°C.

### **Manger des surgelés, c'est faire des économies ! - Vrai !**

Pas de gaspillage : utilisables sur de longues période et « portionnables », vous ne cuisinez que ce que vous mangez. Par rapport aux produits frais, pas de crainte de dépasser la date limite de consommation et de se retrouver à jeter des produits à la poubelle ! La planète et votre porte-monnaie vous diront merci !

### **Les produits surgelés ont moins de goût que les produits frais - Faux.**

La surgélation des légumes est faite quelques heures après leur récolte, quand ils sont mûrs à point ! Alors que les produits frais ne sont pas toujours ramassés à maturité et passent plusieurs jours, voire semaines, en chambre froide. A méditer...

### **Les surgelés font grossir - Faux.**

surtout si vous privilégiez les produits surgelés bruts (légumes, viande...). A noter : certains plats cuisinés Toupargel sont préparés en réduisant l'apport en matière grasse, en sel ou en sucre.

### **Manger surgelé est écologique - Vrai.**

La culture des légumes destinés à la surgélation respecte le rythme des saisons ! Ce qui n'est pas toujours le cas des légumes frais, présents sur les étales de notre maraîchers 12 mois sur 12 (sans compter le transport !).

### **Recongeler un produit décongelé est dangereux - Vrai et faux.**

Si pour les poissons et les viandes la question ne se pose pas (risque de développement des bactéries), les légumes, eux ne vous donneront pas d'intoxication alimentaire... Par contre, ils auront moins de saveur et de fermeté. Donc un conseil : ne recongelez pas !

### **Manger des surgelés est moins bon pour la santé - Faux.**

Les produits surgelés, c'est un excellent moyen de manger équilibré... et de faire le plein de vitamines!

# Zoom sur la chaîne du froid Toupargel

**Le respect de la chaîne du froid : un point clé pour la sécurité des produits surgelés.  
Découvrez la chaîne du froid Toupargel, étape par étape !**

## Toupargel : le respect de la chaîne du froid

Parce que pour Toupargel, rien n'est plus important que la sécurité alimentaire, nous mettons tout en œuvre pour que le transport de **nos produits surgelés** se fasse dans les meilleures conditions possibles, dans le respect le plus total de la chaîne du froid. Comment ?

### 1. La préparation de votre commande

Vous venez de raccrocher votre téléphone : ça y est votre commande est prise en compte. Les **produits surgelés** vont être prélevés en chambre froide (à -20°C !) puis mis en carton individuel.

### 2. L'acheminement de votre commande

Le véhicule de transport des produits surgelés Toupargel est mis en froid la veille de la livraison : c'est la garantie que vos produits commandés sont transportés à la bonne température ! Les colis des produits surgelés Toupargel sont ensuite chargés dans le véhicule, rapidement après leur sortie de la chambre froide.

Pour encore plus de sécurité, la température des véhicules est contrôlée plusieurs fois par jour. C'est ça, le respect de la chaîne du froid Toupargel !

### 3. L'arrivée au point livraison

Arrivée au point livraison : les colis sont déchargés ! Mais attention, leur manipulation est réduite au minimum pour éviter qu'ils soient exposés à température positive trop longtemps. Votre commande est alors stockée en chambre froide. Les qualités nutritionnelles des produits surgelés sont préservées.

### 4. La livraison

Les produits surgelés que vous avez commandés ne sortent qu'au moment où votre Attaché Service Clients va vous les livrer, dans un véhicule adapté, à la bonne température.

Et voilà : **vos produits surgelés** Toupargel sont arrivés chez vous !



## Régimes spécifiques, Toupargel s'engage

Toupargel, c'est 30 000 clients livrés chaque jour dans toute la France, de la ville à la campagne. Parce que tous nos clients comptent, nous avons créé des gammes de produits surgelés adaptés à chacun. Ceux qui ont une alimentation particulière, telle que halal ou cacher, avec pour mot d'ordre le respect des traditions et la garantie de produits certifiés. Nous proposons aussi une gamme de produits pour nos clients qui suivent un régime alimentaire spécifique ou pour qui manger équilibré est une question de santé.

### Intolérances et allergies alimentaires : des produits adaptés

Vous êtes concerné par des intolérances alimentaires ? Vous avez des exigences spécifiques en termes d'alimentation ? Toupargel pense à vous ! Grâce à notre sélection de plats variés, vous pouvez suivre un régime spécifique, aussi contraignant soit-il, sans vous priver !

#### Des produits garantis sans gluten

Retrouvez des **plats surgelés** spécial allergies alimentaires garantis 100% **sans gluten**. Avec les **surgelés Toupargel**, le plaisir de manger cakes, tartes fines, pâtes, pizzas, pain et même desserts est garanti sans gêne et surtout sans aucun risque. Si vous êtes concerné par une autre forme d'intolérance alimentaire ou d'allergie, vous pouvez appeler le Service Clients au 30 40 qui effectuera des recherches et vous renseignera sur la composition des produits mis en vente par Toupargel.

#### Des produits pauvres en sucre

Ne vous privez plus de dessert : les **desserts surgelés Toupargel** avec index glycémique bas vous apporteront santé... et saveur ! Crêpes, glaces retrouveront leur place dans votre congélateur, le sucre en moins !

#### Limitier les apports en graisse

La lutte contre le cholestérol passe par une alimentation moins riche en matières grasses et plus équilibrée. **Produits surgelés** allégés en matière grasse ou peu caloriques, Toupargel n'oublie pas de vous régaler : émincés de poulet aux légumes grillés et boulgour, noix de Saint-Jacques et tagliatelles... Côté régime alimentaire aussi, Toupargel a tout bon !

#### Des surgelés moins salés

Vous souffrez d'hypertension artérielle : mangez moins salé, c'est simple avec Toupargel. Notre sélection de petits plats savoureux **surgelés** est pauvre en sodium.

### Les surgelés certifiés casher

**Soucieux de satisfaire tous ses clients, Toupargel propose une sélection cacher, dans le respect de la cacherout. Vous pouvez commander vos produits préférés en toute confiance.**

#### Une certification contrôlée

Parce que Toupargel sait combien la certification est primordiale, tous les soins sont apportés à nos **produits surgelés cashers**.

- La volaille : contrôlée par les Grands Rabbins de Paris, Marseille ou Nice.
- Boucherie et charcuterie : surveillance du Beth Din de Paris, des Grands Rabbins de Paris, de Marseille, de Nice ou de Strasbourg.



## Identifier les produits en un clin d'œil

Pour trouver les produits surgelés autorisés (comme les poissons) : suivez le symbole AN vert dans notre sélection caché sur notre catalogue !

## Et les produits surveillés ? Rien de plus simple :

- symbole SV rouge : produits à base de viande (BASARI) ;
- symbole SL bleu : ceux à base de lait (HALAVI) ;
- et symbole SN noir : les produits neutres (PARVE).

## Des produits variés pour toute la famille...

Retrouvez tous les ingrédients pour réaliser vos plats familiaux !

- Mélange de légumes surgelés pour couscous.
- Poivrons en lanières pour tchoutchouka.
- Rôti et haricots blancs pour loubia.

## Découvrez aussi nos produits d'Israël !

### ... Et les occasions

Difficile de trouver du pain tressé pour shabbat ou pas le temps d'en fabriquer ? Commandez chez **Toupargel** ! Nous proposons un pain tressé délicieux !

Des amis ou de la famille qui passent à l'improviste : pensez à faire le plein de fallafels et de pitotes !

## Les surgelés certifiés Halal

**Simplifiez-vous la vie : avec les produits certifiés halal Toupargel, manger halal tous les jours devient simple comme bonjour !**

## Un contrôle rigoureux

Nos produits halal sont certifiés par les plus grandes mosquées de France : la Mosquée d'Evry et la Mosquée de Paris.

## Un large choix

Manger halal chaque jour est facile avec les **produits surgelés Toupargel** certifiés 100 % halal. De l'entrée au dessert, composer de délicieux repas est un jeu d'enfant !

## Des produits savoureux à cuisiner...

Notre gamme de **surgelés halals** : des produits halal pour cuisiner de bons petits plats faits maison !

- Volailles.
- Viandes.
- Légumes seuls ou mélangés.
- Poissons et autres produits de la mer...

## ...Ou à réchauffer !

Hachis parmentier, pizzas, quiches ou crêpes : un délice... certifié **100 % halal** ! Pour des repas tout prêt garantis halal et savoureux !

A acheter d'urgence : les cheeseburgers halal ! Pour régaler toute la famille, les petits comme les grands.



## **Livrés à domicile !**

Dans votre village, votre ville, il n'y pas de boucherie halal ou la plus proche se trouve à quelques kilomètres : commandez chez Toupargel. Vos **produits surgelés halals** sont livrés chez vous en 72 heures !

## **Zone rurale ou périurbaine : Toupargel livre partout !**

Avec une couverture de 34 000 communes sur 36 000, Toupargel privilégie la proximité avec ses clients. Besoin de surgelés sans bouger de chez vous ? Grandes villes, zones rurales, Toupargel c'est l'assurance de produits de qualité à votre domicile.

## Zone rurale ou périurbaine : Toupargel livre partout !

Avec une couverture de 34 000 communes sur 36 000, Toupargel privilégie la proximité avec ses clients. Besoin de surgelés sans bouger de chez vous ? Grandes villes, zones rurales, Toupargel c'est l'assurance de produits de qualité à votre domicile.

### Toupargel livre dans 34 000 communes

Toupargel couvre 90 % du territoire français. Il y a forcément un point de livraison à partir duquel votre commande pourra être expédiée : Toupargel peut même vous livrer jusqu'à 100 kilomètres du point de livraison le plus proche de chez vous. Pratique !

### La proximité avant tout !

Même isolé, loin des grands axes routiers et des grandes surfaces, en zone périurbaine, c'est votre livreur habituel qui se déplace **jusqu'à votre domicile**, au jour et à l'heure que vous avez choisis. Comme dans un petit commerce près de chez vous, à chaque **livraison à domicile**, vous retrouvez la même personne.

### Un large choix de produits à se faire livrer

Choisir de se faire livrer des produits surgelés Toupargel, c'est avoir accès à une gamme variée de plus de 1 100 produits, quelle que soit la commune où vous habitez !

- Produits bruts : légumes surgelés, mélanges de légumes, viande rouge, volaille, charcuterie...
- Plats cuisinés : entrées, plats, desserts...

### Plus d'un million de clients nous font confiance

30 000 : c'est le nombre de commandes livrées chaque jour, aux quatre coins de la France, des grandes villes aux petits villages de campagne.

