



**Tony Parker, nouvelle image de Toupargel,  
le numéro 1 en France de la livraison de produits surgelés à domicile.  
Une campagne TV d'envergure.**

Un ambassadeur de renommée internationale pour Toupargel

**La star des San Antonio Spurs et meneur de jeu de l'équipe de France est le personnage central du spot qui sera diffusé dès fin septembre sur les chaînes de France Télévisions.**

**Ce 18 secondes le met en scène en train de cuisiner des produits Toupargel pour ses amis. L'association du basketteur de renommée mondiale avec une PME française basée à Lyon peut surprendre. Elle est née d'une rencontre autour du basket, et s'est développée autour du lien tissé entre Tony Parker et le PDG de Toupargel. En effet, depuis 2005, Toupargel sponsorise l'Asvel Lyon Villeurbanne, club de basket au palmarès brillant, club dont Tony Parker est depuis février 2009, actionnaire et désormais vice-président Opérations Basket.**

**Tournés en juin dernier, les spots seront diffusés en 2 vagues notamment sur France Télévisions du 26 septembre au 21 octobre, puis du 7 novembre au 27 novembre.**



## UNE RENCONTRE HUMAINE QUI DONNE TOUT SON SENS À CETTE CAMPAGNE

Roland Tchénio, PDG de Toupargel, leader de la livraison de produits surgelés à domicile, sponsor de l'ASVEL depuis 2005 et actionnaire à titre personnel du célèbre club de basket (17 fois champion de France) explique :

*« J'ai rencontré Tony Parker il y a plus de 5 ans dans le cadre de mes activités à l'ASVEL.*

*Très vite, j'ai été impressionné par son incroyable personnalité. Au-delà de son jeu magique et de son extraordinaire réussite sportive, sa vision très pragmatique du business, avec un regard lucide sur ce qu'est un grand athlète et comment il doit construire sa carrière et son avenir post-sportif m'ont séduit. Trouver chez un grand sportif une telle réflexion m'a vraiment intéressé.*

*Au fil des années, et particulièrement avec son arrivée dans l'actionnariat de l'ASVEL, nous avons tissé des liens forts, beaucoup échangé sur le basket, mais aussi sur le monde des affaires et sur la façon dont on construit une carrière, une entreprise, une vie tout simplement. Sa simplicité, son engagement discret mais fort dans le caritatif, ses valeurs autour de la famille ont fait écho avec les propres engagements de l'entreprise dans le domaine social et environnemental. Au détour d'une simple conversation est née l'idée que nos valeurs étant proches, il pourrait incarner l'image de l'entreprise. En toute simplicité, il a accepté d'être à nos côtés dans le cadre d'une campagne de télévision et d'une stratégie sur les réseaux sociaux autour de son image. Nous renforçons ainsi notre lien avec le basket, 4<sup>ème</sup> discipline sportive en nombre de licenciés en France et qui bénéficie d'une image « propre et transparente », empreinte de simplicité et de convivialité en cohérence avec l'image de Toupargel ».*

Choisir Tony Parker comme ambassadeur de la marque est le fruit de ces liens, mais pas seulement ; Tony Parker est un sportif connu auprès d'un large public, jeune et moins jeune, urbain ou rural, correspondant ainsi à la stratégie du groupe : **fidéliser et élargir sa clientèle.**

## UN SPOT AU MESSAGE SIMPLE : LA RECETTE DE LA RÉUSSITE SPORTIVE ET CULINAIRE

En format 18 secondes (et 2 formats 10 secondes en complément), ce nouveau film s'inscrit dans la même dynamique que la précédente campagne. Il est construit sur un message simple qui a pour objet de créer le lien entre les produits surgelés de Toupargel et Tony Parker : celui de **la recette de la réussite**. Sportive pour l'un, culinaire pour l'autre, l'objectif final est de « faire plaisir » à ses amis, que ce soit en cuisinant en toute convivialité un repas, ou en offrant la victoire lors d'un match.

Le scénario est donc basé sur le lien affectif au travers d'une passion celle du « bien jouer » et du « bien manger ». Dans le spot Tony Parker apparaît cuisinant un plat Toupargel pour ses amis avec la simplicité apportée par le produit et son goût exquis pour le bonheur des papilles. La cuisine apparaît alors aussi facile pour lui, que marquer un panier. Dans les deux cas ses amis sont contents !

Avec cette campagne, Toupargel, n°1 en France et 3<sup>ème</sup> en Europe de la livraison de produits surgelés à domicile désire offrir à l'enseigne une plus large notoriété et faire connaître à un nouveau public ses plus de 1200 références produits, proposées en multicanal (catalogue, vente par téléphone, numéro de service client gratuit 3040, et site Internet [www.toupargel.fr](http://www.toupargel.fr)...). Désireux d'élargir sa clientèle, plutôt rurale aujourd'hui, vers un public plus urbain et plus jeune, Toupargel a choisi le bon ambassadeur. En effet, qui mieux que Tony Parker, cet athlète de haut niveau, jeune entrepreneur et apprécié du public peut séduire cette cible de jeunes actifs pour qui la cuisine rime avec qualité, facilité et rapidité !

**Créer le lien entre les produits surgelés de Toupargel et Tony Parker : celui de la recette de la réussite.**

Fortement engagée dans une démarche qualité, Toupargel garantit une sécurité alimentaire optimale et la préservation de la naturalité des produits. Un atout supplémentaire pour un sportif et bien sûr pour les clients de la marque qui, de plus en plus, se soucient du lien entre santé et alimentation.

Programmée dès fin septembre, la campagne pourrait, comme l'espère bien Toupargel, venir s'afficher sur les écrans après une période où le basket français conduit par Tony Parker serait mis en vedette lors de l'Euro basket en Lituanie du 31 août au 17 septembre.

## ZOOM SUR LA CAMPAGNE

### Cible

H/F 35 ans et +

### Objectif de GRP :

Environ 800

### Chaînes :

Le nombre de spots sur les 2 vagues est de 300 spots sur les chaînes France Télévisions et certaines de la TNT auxquelles s'ajoutent une vague de plusieurs centaines de spots sur le câble et satellite.

### Vagues de diffusion :

2 vagues de diffusion :

La première du 26/09 au 21/10,

La seconde du 07/11 au 27/11.

Pour cible utile, +50 ans ruraux, la couverture de l'ensemble de la campagne du second semestre est de 78% avec une répétition de 9,8

Nombre d'individus de 15 ans et + touchés par le plan 33 000 000.

Agence : Publicis Activ Lyon

## EN COMPLÉMENT DE LA CAMPAGNE TV, UN DISPOSITIF 2.0

« La compète des recettes » du 26 septembre au 26 novembre : application spécifique sur [Facebook](#)

Le principe : Tony Parker réalise lui-même des recettes et les met en ligne pour défier les internautes de faire mieux que lui. Les internautes postent également leurs propres recettes, puis ils ont la possibilité de voter pour la recette qu'ils préfèrent (la leur ou pas) et auront la possibilité de remporter de nombreux lots.

La « Compète des recettes » sera relayée sur le catalogue Toupargel d'octobre,

sur le site Internet [www.toupargel.fr](http://www.toupargel.fr)

ainsi que sur : [Blog Cuisine et Surgelés](#)

## A PROPOS DU GROUPE TOUPARGEL

Le Groupe Toupargel, coté au compartiment C de Nyse Euronext Paris, regroupe 3500 collaborateurs répartis sur 130 sites en France et est spécialisé dans la livraison à domicile de produits surgelés (Toupargel) et la livraison à domicile de produits frais et d'épicerie (Place du Marché).

Avec 33 % de part de marché, Toupargel, société créée en 1947, est leader de la livraison à domicile de produits surgelés et compte 1,2 millions de clients (en zone rurale et petites agglomérations près de 1 foyer sur 10 est client Toupargel). Toupargel a constitué au fil du temps un maillage complet du territoire hexagonal avec 112 agences de livraison, 34 agences de télévente, 6 plateaux de téléprospection et 4 plates-formes de préparation de commandes. Chaque jour, près de 30 000 commandes sont ainsi livrées partout en France et très bientôt dans Paris.

En 2010, Toupargel Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 351,5 M€ (plus de 7 millions de commandes ont été livrées).

## CHIFFRES CLÉS DU GROUPE :

112 agences de livraison  
30 000 commandes par jour  
3 500 collaborateurs  
1,2 millions de clients  
33 % de part de marché sur  
l'activité Surgelés



Contact presse :

Adeline Aivazian – Publicis Activ Lyon  
Tél : 04 72 41 64 11  
@ : [adeline.aivazian@publicisactiv-lyon.fr](mailto:adeline.aivazian@publicisactiv-lyon.fr)