

Communiqué du 1^{er} septembre 2004

**Un nouveau logo pour Toupargel -Agrigel :
Matérialiser sa position de leader**

En mars 2003, Toupargel, le spécialiste de la livraison à domicile de produits surgelés avec prise de commande par téléphone, se rapprochait d'Agrigel pour créer le Groupe Toupargel-Agrigel. Avec un chiffre d'affaires ainsi triplé (362 M€ en 2003), le Groupe devenait le leader de la distribution à domicile de produits surgelés avec près de 35 % de part de marché. La convergence des 2 sociétés est depuis cette date en route. Différents chantiers de rapprochement sont en cours... Aujourd'hui, une étape importante est franchie avec la création d'un nouveau logo commun aux enseignes.



En effet, si Toupargel et Agrigel conservent leur dénomination, elles vont vendre désormais sous une même bannière. Cette nouvelle identité visuelle commune a plusieurs objectifs. D'une part, augmenter la visibilité du Groupe par rapport à ses concurrents et matérialiser sa position de leader; et d'autre part fédérer les 3 300 collaborateurs autour d'un même projet. Des études préalables, auprès des clients Toupargel et Agrigel ont permis de déterminer les valeurs communes que véhiculaient les deux enseignes. De part leur histoire et leur système de vente, les deux sociétés ont su créer un lien de proximité mais aussi de convivialité et de sympathie avec leurs clients, qui habitent principalement dans des communes de moins de 10 000 habitants.

Ainsi, c'est l'ensemble de ces valeurs que communique ce nouveau logo tout en rondeur et en couleur. Le fruit, rouge, est un élément fondamental dans cette nouvelle identité car il est le lien entre les deux histoires d'entreprises. C'est aussi le signe d'un produit alimentaire de qualité, qui conserve ses caractéristiques grâce à une maîtrise totale des techniques liées à son métier. Ses feuilles, symbole de qualité et de fraîcheur, sont porteuses de dynamisme et de l'énergie conservée. Sa forme irrégulière lui confère des valeurs de fraîcheur, de réalité et d'humanisme. Le « sourire », plateau de service, ou main tendue, exprime la livraison, froide mais généreuse, du produit surgelé.

Le choix de ce graphisme permet aussi aux deux enseignes de moderniser leur image et leur communication et de soutenir la tendance du rajeunissement de leur clientèle.

A noter, que ce nouveau logo sera présent aussi dans les congélateurs des clients : une gamme de produits à marque propre est aujourd'hui en cours de développement.

A partir de septembre, cette nouvelle bannière sera progressivement mise en place sur tous les outils de communication : les catalogues ainsi que les 1 000 camions de livraison ...

La holding, cotée en bourse, verra elle aussi son logo prendre de nouvelles couleurs. La nouvelle identité visuelle des enseignes "surgelés" a été adaptée au Groupe qui véhiculera lui aussi les mêmes valeurs.

Ce logo commun est un pas de plus vers l'objectif du Groupe Toupargel-Agrigel de créer à moyen terme une seule enseigne, avec un seul système de vente basé sur le téléphone, une seule gamme produits et une seule équipe .

*Le Groupe Toupargel-Agrigel, leader de la distribution à domicile de produits surgelés aux particuliers, s'appuie sur 3 enseignes : Toupargel Surgelés, Agrigel et Place du Marché, son activité de livraison de produits frais et d'épicerie. Chaque année plus de 8 millions de commandes sont livrées à 1,3 millions de clients. En 2003, le Groupe a réalisé 362 M€ de chiffre d'affaires proforma et 12,5 M€ de résultat net proforma *. L'effectif du Groupe est de 3 300 collaborateurs. Le Groupe Toupargel-Agrigel est coté en bourse au Second Marché depuis 1997.*

** Consolidation de la société Agrigel à partir du 1^{er} avril 2003. Le chiffre d'affaires proforma intègre le chiffre d'affaires d'Agrigel du 1^{er} trimestre 2003.*

Contact presse :

Toupargel-Agrigel

Yolande Andréani

13 chemin des Prés secs

69380 Civrieux d'Azergues

Tel : 04 72 54 10 29

e-mail : yolande.andreani@toupargel.com