



Tony Parker, star internationale du basket en campagne TV pour Toupargel, le numéro 1 en France de la livraison de produits surgelés à domicile.

Une rencontre «hors des sentiers battus»



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 s'intègre pourtant parfaitement à l'image et au développement de l'entreprise. 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. 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 4 décembre.



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 jeune 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^{ème} 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.

AU-DELÀ DE LA RENCONTRE, UNE CONVERGENCE DANS L'ÉVOLUTION DE L'ENTREPRISE ET L'IMAGE DU BASKETTEUR

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.

La modernisation du Groupe est aussi au cœur de ce choix d'ambassadeur de la marque. Tout comme Tony Parker imagine déjà son après carrière sportive, Toupargel choisit de s'engager dans de nouveaux challenges de développement.

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

Le site Internet : www.toupargel.fr : canal de vente lancé début 2010 vient renforcer la relation privilégiée qui unit Toupargel à ses clients actuels via l'envoi de newsletters, d'informations sur l'historique des commandes, de recettes et d'informations pratiques.

Par ailleurs Toupargel décline sur son site Internet un principe de Boutiques de marques nationales permettant aux consommateurs de retrouver les gammes les plus larges du marché français telles que Findus, Pescanova, Ben&Jerry's...

Le groupe propose également une offre de produits surgelés adaptée aux régimes alimentaires spécifiques de ses consommateurs. On retrouve ainsi, une gamme cacher, une gamme halal, une gamme de produits étudiée pour les consommateurs souffrant d'intolérance au gluten, une gamme de produit pauvres en sucre, en sel et enfin une autre gamme à faible teneur en matières grasses.

Toupargel s'est aussi doté d'un blog « Blog Cuisine et Surgelés » et s'intéresse de très près aux possibilités des réseaux sociaux. La campagne TV actuelle est complétée **par 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 celle qu'ils préfèrent (la leur ou pas) et auront la possibilité de remporter de nombreux lots.

TOUPARGEL, UNE ENTREPRISE ENGAGÉE DANS LE MONDE D'AUJOURD'HUI

Pour le Groupe Toupargel, ses valeurs et sa place de leader sur le marché l'ont conduit tout naturellement à assurer son développement de façon responsable dans les domaines sociaux et environnementaux.

Dans cette idée de l'entreprise engagée, le lien avec Tony Parker s'est aussi fait naturellement. En effet, le basketteur tout en restant discret sur ses engagements est extrêmement actif dans le domaine. Tony Parker est ainsi le premier ambassadeur de Make-A-Wish France, une association qui réalise les vœux des enfants atteints de maladies graves. Il a aussi créé depuis 2005 un évènement le « Par Cœur Gala » qui réunit chaque année des personnalités du sport, de la musique, du cinéma. Il permet de récolter des sommes importantes (300.000 euros en 2010) qui sont ensuite redistribuées à des associations humanitaires.

Par ailleurs très désireux de contribuer au développement du basket en France, il organise depuis 2008 des camps de basket-ball à son nom, les Tony Parker Camp qui permettent à des jeunes de se perfectionner dans leur jeu et de bénéficier des conseils du basketteur. Sur trois semaines, la seconde est réservée aux minimes et cadets nationaux, les autres ouvertes à tous, avec un tiers de filles. «Ce n'est pas un endroit comme les autres. C'est un camp où il y a les plus grands coachs en France et donc où les jeunes peuvent progresser» (...) «Mon but c'est de créer une Summer League avec des enfants de 16 à 20 ans. Qu'ils puissent vraiment progresser et surtout qu'ils ne passent pas un été sans jouer au basket ».

L'entreprise citoyenne

La gouvernance du Groupe est le fruit d'une démarche engagée, tournée vers l'intégration des grands enjeux de l'entreprise dans son pilotage interne et l'anticipation des risques et opportunités de son marché. Pas de décisions dans une optique financière à court terme, mais une inscription dans la création de valeurs équitables et responsables par toutes les parties prenantes de l'entreprise ! L'entreprise s'est dotée depuis bientôt 5 ans d'une Direction du Développement Durable qui a mis en place une politique et des plans d'actions concrets permettant de respecter les engagements sociaux, économiques et environnementaux.

Chaque année Toupargel réalise différentes actions de mécénat dans des domaines aussi divers que la santé, la recherche, l'éducation, l'environnement, le sport, la solidarité... Face à des demandes de plus en plus nombreuses et diversifiées, Toupargel a décidé de mettre en place une politique de mécénat plus proche de ses enjeux sociétaux. Une démarche que le Groupe s'est toujours attaché à respecter. En 2011 ses engagements ont pris un nouvel élan avec la création d'**un fonds de dotation Toupargel**. Sa vocation est de recevoir des dons, rendre des services et nouer des partenariats avec des organismes d'intérêt général pour remplir ses missions. L'amélioration de la connaissance scientifique dans le domaine de la nutrition et la diffusion de meilleures pratiques dans le domaine alimentaire, l'intégration des hommes et des femmes dans la société et la lutte contre l'exclusion, l'éducation et le rayonnement culturel et artistique sont les axes forts de ce fonds.

L'homme au coeur de l'entreprise

La charte éthique de Toupargel formalise les principes d'actions qui doivent constituer le fondement des relations avec toutes les parties prenantes de l'entreprise (collaborateurs, clients, partenaires, fournisseurs, actionnaires...) et affirme son engagement contre toute forme de discrimination. Il s'agit de faire de la diversité en matière d'âge, d'origine, de parcours professionnels et de handicap, un atout majeur au service de la performance de l'entreprise. Toupargel vise à mettre en valeur les spécificités et compétences de chacun, sources de richesse pour les relations humaines.

Cet engagement se traduit concrètement par la signature en 2009 d'un accord en faveur du recrutement et du maintien dans l'emploi de salariés de plus de 55 ans. De même en 2010, une convention de partenariat est signée avec l'Agefiph en faveur du recrutement et du maintien dans l'emploi de travailleurs en situation de handicap.

Par ailleurs Toupargel a **signé en juin dernier un accord national avec Pôle Emploi. Sur 2011**, cet accord porte sur le recrutement de **200 postes** sur tout le territoire essentiellement commerciaux terrain, télévendeurs et managers, soit 5 % des effectifs du Groupe. Le partenariat avec Pôle Emploi permet de mobiliser au mieux les dispositifs de professionnalisation et d'accéder à des prestations d'aide à l'intégration des nouveaux salariés.

Dans un souci d'emploi durable et de fidélisation de ses salariés, Toupargel est engagée dans un processus de professionnalisation de ses métiers. Cet engagement est déjà traduit par la mise en place en 2010 d'une **Université des managers Toupargel à l'Idrac** (école de commerce à Lyon) et d'une Chaire « **Entreprendre dans la distribution à domicile** » en partenariat avec l' EMLYON Business School créée fin 2010.

Des engagements environnementaux concrets et mesurables

Maîtrise et réduction des consommations énergétiques

Rationalisation des tournées, éco conduite, diminution des déplacements internes, co-voiturage...

Bilan : 1 million de litres de gasoil économisé de 2007 à 2010

Engagement dans le recyclage et le traitement des déchets, réduction de l'impact environnemental lié à la consommation de papier, l'optimisation de la consommation électrique liée aux processus de refroidissement des camions frigorifiques... sont inscrits dans les indicateurs du bilan Carbone® de l'entreprise.

Un engagement sur les produits

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

Les nouveaux produits proposés par Toupargel (près de 200 par an), hors marques nationales, sont exempts de colorants et arômes artificiels, de conservateurs, d'exhausteurs de goûts ainsi que d'huile de palme.

Toupargel, dont l'offre en produits de la mer est l'une des plus larges du marché, a également bâti 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.

Début juillet 2010, Toupargel poursuit par ailleurs le développement de sa gamme de produits Bio (légumes, viandes, volaille...).

La sécurité alimentaire est préservée grâce à un contrôle rigoureux et régulier des fournisseurs, un test systématique des nouvelles recettes par un panel de dégustation interne et externe et enfin, un plan de contrôle qualité tout au long de la vie du produit.

L'engagement de Toupargel c'est aussi :

Le soutien à différentes associations

ADES du Rhône (Association Départementale d'Education pour la Santé), la Banque Alimentaire, Esprit Sport, Sport dans la Ville

Très attachée à sa ville et à son rayonnement ainsi qu'à la diffusion de la culture, l'entreprise est aussi engagée auprès de la Biennale de Lyon, le Festival LUMIERE, le Festival de théâtre Sens Interdits, le Musée des Beaux Arts de Lyon.

Le sponsoring sportif

Depuis 2005, Toupargel sponsorise l'Asvel Lyon Villeurbanne, club de basket renommé au palmarès brillant : 17 fois Champion de France et vainqueur de sept Coupes de France.

Ce choix a été guidé par le fait que le basket est un sport extrêmement populaire en France (4^{ème} discipline sportive en nombre de licenciés) et qui bénéficie d'une image « propre et transparente », de simplicité et de convivialité en cohérence avec l'image et les valeurs de toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Enfin pour cette nouvelle saison Toupargel met les femmes à l'honneur en choisissant de sponsoriser le Lyon Basket Féminin !

ZOOM SUR LE SPOT : 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 et 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 !

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.



A PROPOS DU GROUPE TOUPARGEL

Le Groupe Toupargel, coté au compartiment C de Nyse Euronext Paris, regroupe 3 500 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