

# “TransGourmet,” bien au-delà d'un nom, un projet porteur d'avenir

TransGourmet s'appuie sur ses forces structurelles et humaines pour se projeter dans l'avenir animé d'une ambition : devenir la marque référente du marché.

## TransGourmet et l'Europe

TransGourmet France est une filiale à 100 % de la holding TransGourmet, détenue à parts égales par les groupes Rewe et Coop, deux grands acteurs européens de la distribution. Cet ancrage confère à notre entreprise une assise solide.

Au niveau européen, l'ambition du Groupe est de devenir le leader de la livraison alimentaire professionnelle avec une orientation locale forte.

La France est en première ligne sur cette stratégie. Elle met en œuvre les mesures commerciales, logistiques et organisationnelles, pour devenir le référent du marché.

## TransGourmet et ses clients

En France, le secteur de la livraison aux professionnels de la restauration est encore très atomisé. Dans cet environnement, TransGourmet bénéficie d'une longueur d'avance pour continuer à satisfaire ses clients et en conquérir de nouveaux, avec un objectif unique : leur simplifier la vie.

Car le projet mis en œuvre, à travers le lancement de la marque TransGourmet, nous place d'ores et déjà à la pointe de notre secteur sur les plans logistique et commercial.

## Logistique et technologies

Mieux couvrir le territoire, rationaliser les flux, créer des synergies entre les sites et de la rentabilité : la transformation de TransGourmet passe par une meilleure adéquation entre ses infrastructures, son activité opérationnelle et ses investissements en technologie.

## Proximité et omniprésence commerciale

Déjà proches dans leur politique commerciale, les forces de vente vont s'unir pour mieux répondre aux attentes de nos clients. Avec un nouveau mix marketing, l'assortiment multiproduit devient le socle commun de notre offre.

## Développement individuel et collectif

Gestion des compétences, formation et uniformisation des pratiques de gestion, sont au rendez-vous du projet. Parce que la qualité de l'environnement de travail de ses collaborateurs est une préoccupation constante de TransGourmet.

## Dès maintenant, une stratégie gagnante pour une nouvelle offre



Un nouveau nom, une nouvelle entreprise !  
TransGourmet déploie une nouvelle offre créatrice de solutions.

### Proximité

- Proximité logistique
- Binômes télévente sur site et commerciaux dédiés
- Salons régionaux
- Programme de fidélité



### Responsabilité

- Une marque-produit TransGourmet qui s'engage
- e-Quilibre, solution globale de gestion des menus et des approvisionnements pour les collectivités
- Engagement dans une démarche de développement durable

### Expertise produits et culinarité

- Approches spécialistes : marée, boucherie, boulangerie-pâtisserie, hygiène professionnelle
- Experts culinaires TransGourmet et école de formation L'Atelier
- Catalogues experts
- Catalogues promotionnels
- Concours culinaire Les Chefs en Or

### Technologie

- Logistique tritempérature
- Logiciels d'optimisation pour la préparation de commandes et de mises en tournée
- Nouveaux entrepôts équipés de systèmes nouvelle génération
- Site Internet marchand

### Praticité/fiabilité

- Offre large multiproduit
- Force de vente tritempérature
- Engagement dans une démarche de certification de service

Pour en savoir plus sur notre nouvelle identité,  
n'hésitez pas à contacter dès à présent notre service communication au :

01 41 80 24 45

TRANSGOURMET SERVICES GIE – 1/11 RUE DU PUIITS DIXME – SENIA 524 – 94577 ORLY CEDEX  
RCS CRÉTEIL – SIRET 431 620 459 00 021 – CODE APE 748 K – TVA INTRA FR 47 431 620 459

Crédits photos : Pete Gardner/Gettyimages®, Photodisc, Todd Wright/Gettyimages®, Moodboard/Corbis, Thierry Foulon, Studio 1+1.  
Conception et réalisation : **PUBLICOM** – 8079



www.transgourmet.fr



**TRANSGOURMET**

responsabilité  
technologie  
culinarité  
praticité  
proximité  
expertise

Une nouvelle identité à découvrir...



# Ensemble, portons haut et fort les couleurs de notre nouvelle marque

Jean-Christophe Adouritz,  
président du Directoire  
de TransGourmet



## Un moment unique

Le moment historique que nous sommes en train de vivre est exceptionnel. Le lancement d'une nouvelle marque, qui doit rapidement s'imposer comme la référence du secteur de la livraison aux professionnels de la restauration et de la boulangerie-pâtisserie, est un très beau défi collectif.

## Histoires individuelles, histoire commune

Bien que récent, le groupe TransGourmet est le fruit d'un ancrage ancien. Tous, nous avons une histoire qui nous est propre au sein de l'une des enseignes qui composaient le Groupe jusqu'à aujourd'hui. Attachés à un site, entrés dans l'entreprise à différents moments de son histoire, nous en avons vécu les évolutions. Mais l'addition de toutes nos expériences, de toutes nos sociétés, donne sens à TransGourmet et nous unit dans un métier commun. Avec un ciment solide, celui des valeurs qui nous rassemblent, nous partageons l'ambition du travail bien fait, un haut niveau d'exigence dans notre quotidien.

## Une marque unique pour aller de l'avant

Aujourd'hui, notre Groupe adopte de nouveaux contours et fait le choix de promouvoir une marque unique pour Aldis, Prodirest et Comptoir des Artisans : TransGourmet. Les enseignes Pro Hygiène Service et Synergies continuent d'évoluer en pleine autonomie. Le lancement de TransGourmet s'inscrit dans une stratégie claire et offensive. Il s'accompagne d'avancées commerciales et logistiques que nous mettons en œuvre. Mais cette évolution n'est pas une révolution. Ce qui nous rassemble et fait notre identité commune ne change pas ; c'est le socle sur lequel nous allons bâtir une entreprise innovante et tournée vers l'avenir.

## Réussir ensemble

Nous avons toutes les raisons d'être fiers de nous rassembler autour des nouvelles couleurs de TransGourmet ; dès maintenant, faisons découvrir notre nouvelle marque et son identité à nos clients, à nos partenaires et à tous les acteurs du marché.

Nous allons construire le nouveau TransGourmet et réussir ensemble.



## Une nouvelle identité... Pourquoi ? Comment ?

### Plus qu'un logo, une marque

Pour nous démarquer sur notre marché et nous imposer comme le Groupe référent, nous devons bénéficier d'une grande visibilité et nous appuyer sur une marque connue et reconnue. Jusqu'à présent, nos différentes enseignes (Aldis, Prodirest,

Comptoir des Artisans) étaient connues comme des dénominations commerciales, mais elles ne nous permettaient pas d'installer fortement notre notoriété. Avec une seule marque, nous serons plus puissants face à nos concurrents.

Cette marque unique est également rassurante pour nos clients ; elle va nous permettre de gagner en visibilité.

### Pourquoi « TransGourmet » ?

TransGourmet est déjà le nom de notre holding. Si nous l'avons choisi comme celui de notre marque unique, c'est parce que nous sommes convaincus de son potentiel à s'imposer sur notre marché. La marque TransGourmet va nous distinguer sur le secteur de la livraison aux professionnels de la

restauration et de la boulangerie-pâtisserie. Le nom « TransGourmet » dit notre métier : le transport et les métiers de bouche. Cette marque va donner de la valeur à notre entreprise. À partir de maintenant, ce sera notre signature commune. Très rapidement, TransGourmet va s'imposer sur

les routes de France. Nos sites, nos camions, nos produits, nos outils de travail vont porter cette nouvelle identité. Aux yeux de nos clients, elle sera la caution de la qualité que nous lui garantissons.

### Notre nouvelle image

Notre nouveau logo représente notre identité et exprime la puissance de TransGourmet, son statut de référent. Il revendique la force de notre personnalité et notre ambition de nous imposer sur notre marché. Outre l'impact de cette couleur,

le rouge signifie notre appartenance au secteur de la distribution alimentaire. Entre les couverts, qui font référence à l'univers de la restauration, se projette une route qui matérialise le transport, le mouvement. Notre logo a du caractère tout

en étant raffiné. C'est un label de qualité. Avec ce logo solide, qui nous garantit une reconnaissance instantanée, nous affirmons notre volonté, notre capacité à relever tous les défis.

Rondeur, modelé, galet, rouge  
= notion de plaisir

G central, deux T en début  
et fin de mot, capitales  
= équilibre et assise



Un symbole, plusieurs notions  
= mouvement, sourire,  
restauration...

# TRANS GOURMET

## Être TransGourmet... Un goût pour une identité partagée



**Notre plate-forme de marque exprime à nos équipes et au marché nos convictions. C'est à chacun de la partager et de la faire partager.**

**Notre vision**, c'est la façon dont nous voyons l'avenir, notre positionnement sur notre marché et ce que nous devons apporter aux consommateurs.

### Équilibre et plaisir au cœur de la Restauration Hors Domicile et de la Boulangerie-Pâtisserie

Notre entreprise s'est construite autour d'une double préoccupation :

- être à la pointe en matière de connaissance produits, en proposant de nouveaux assortiments respectueux des qualités nutritionnelles ;
- se placer dans une démarche de développement durable, en faisant des moments de restauration de véritables instants de bien-être.

**Notre mission** synthétise notre façon d'exercer notre métier, dans le respect de nos convictions.

### Simplifier la vie de nos clients

En toute occasion, nous nous mobilisons pour faciliter la vie de nos clients en les conseillant et en les orientant dans leurs choix. Ils peuvent ainsi se consacrer à l'essentiel : la satisfaction de leurs clients. En nous donnant une mission, nous nous positionnons comme un acteur majeur, qui tient ses promesses et ses objectifs et pour qui le client est la priorité.

**Notre ambition**, c'est ce que nous voulons devenir, ce qui fera notre réussite.

### Devenir la marque de référence

En proposant à nos clients une offre commerciale quasiment sur mesure, en inspirant la confiance par notre modèle d'entreprise, nous souhaitons nous positionner comme la marque de référence de l'alliance entre qualité de service et excellence des produits.

**Nos valeurs** sont des idées simples et fortes, qui nous rassemblent. Elles sont représentées par trois mots-clés. Nous devons nous en imprégner, afin qu'elles guident et accompagnent nos actions au quotidien.

### LA FIABILITÉ

La fiabilité est la base de notre savoir-faire, notre préoccupation tout au long de notre chaîne de compétences, dans le choix des référencements de produits comme dans la livraison au client. Dans notre métier, la fiabilité est également fortement liée à la notion de sécurité. Elle regroupe alors les notions de traçabilité des produits, de sécurité alimentaire et de sécurité routière.

### LE SENS DU DÉFI

Nous devons faire du défi un moteur au quotidien. Élargir la typologie de nos clients, répondre toujours mieux à leurs spécificités, doit nous propulser sur le marché en misant sur leur satisfaction. En ayant pour motivation le « toujours plus », tous les obstacles peuvent être surmontés.

### LA CRÉATIVITÉ

La créativité nous permet de surprendre et de nous positionner. Grâce à elle, nous nous distinguons de la concurrence. Pour cela, une attention particulière est portée à l'expertise et à l'innovation produits, à une offre de services toujours plus élaborés, à des conseils de mise en œuvre qui nous rendront incontournables. L'alimentation étant au cœur de la consommation, elle est exposée aux changements réguliers des modes et des habitudes ; il nous faut anticiper l'époque.