

**b. Sur la distribution en Home Service – réseau de livraison à domicile :**

Depuis de très nombreuses années la société Defroidmont distribue des produits surgelés à domicile, sur une région de plus de 40 000 habitants soit 10800 foyers.

Defroidmont adhère au groupement UNISSON, qui regroupe 15 fabricants, comme lui, de plats cuisinés, non concurrents.

Ce groupement couvre la moitié Nord de la France et c'est le même catalogue qui est proposé sur toute cette région. Pour sa part Defroidmont reçoit chaque mois 11000 catalogues personnalisés et actualisés avec des offres spécifiques. Au dos du catalogue se trouve un bon de commande mensuel avec la date de livraison prévue.

**c. Sur la communication :**

La communication mise en place par la société repose essentiellement sur :

- le conditionnement vendeur et travaillé par un cabinet de marketing ;
- la présence des produits dans les linéaires, en effet, actuellement, la grande distribution a besoin de mettre en évidence ses rapports avec les produits du terroir, les produits locaux surtout dans l'alimentaire. Elle organise régulièrement des actions promotionnelles sous forme de dégustation et par ailleurs, les semaines produits du terroir se multiplient dans toutes les grandes enseignes ;
- des publicités dans la revue pour professionnels *Le monde du surgelé* ;
- au niveau régional, la communication DEFROIDMONT est très importante pour aider et s'associer à toutes les initiatives destinées à mettre en valeur ou à faire découvrir les produits du terroir.

**d. Sur la marque de distributeur – MDD –**

Actuellement, la société DEFROIDMONT traite avec le groupe INTERDIS de Carrefour/Champion, il y a au dos du carton l'indication très claire du producteur DEFROIDMONT à Maroilles. Mais d'autres projets sont en cours avec d'autres centrales d'achat en France et en Allemagne.

Quelle est la démarche à suivre pour devenir MDD ?

- Réception d'un cahier des charges de la part de la centrale d'achat et donc proposition d'échantillons.
- Accord réciproque sur les prix et sur les marges.
- Accord sur le marketing de présentation : l'image à donner sur le produit et son environnement par rapport au client potentiel.
- Accord sur les indications à porter sur le carton en fonction des possibilités du matériel DEFROIDMONT et du respect du cadre juridique.