

## **TELEMARKET SOUTIEN LE POUVOIR D'ACHAT EN SUPPRIMANT LES FRAIS DE LIVRAISON**

*Après 22 ans de bons et loyaux services dans le domaine des courses à domicile, Telemarket.fr devient le premier supermarché en ligne à supprimer ses frais de livraison. Cette opération se déroulera pendant deux mois, du 4 mars au 4 mai 2009. Ce changement qui profitera avant tout aux consommateurs, inaugure donc un nouveau modèle économique qui vient bouleverser les habitudes du marché. Telemarket témoigne une fois encore de son sens de l'innovation et de son rôle de pionnier sur un secteur d'activité en plein développement.*

### **Telemarket : toujours une longueur d'avance**

Dans un premier temps, c'est dans le cadre d'un test que les livraisons seront offertes, du 4 mars au 4 mai 2009. Après la réouverture de ses services en province, la signature d'un accord avec Casino et le lancement de sa première campagne de pub TV, cette opération place plus que jamais Telemarket au cœur de l'actualité.

### **Telemarket, une entreprise engagée**

C'est dans un contexte régi par une politique de développement dynamique et éclairée que Telemarket se livre à une annonce qui va faire beaucoup de bruit. Car, alors que le pouvoir d'achat est en berne, la possibilité de bénéficier, au-delà d'une offre très large de produits à des prix hautement concurrentiels, de la livraison gratuite de ses courses à domicile constitue assurément une excellente nouvelle pour tous les consommateurs.

### **Un événement qui va faire du buzz**

L'opération « suppression des frais de livraison » est placée au cœur d'un vaste dispositif de communication pour relayer l'information auprès d'un large public. À Paris, en région parisienne et en province, ce sont près de 4 000 panneaux d'affichage qui seront utilisés sur une durée d'une semaine pour annoncer l'opération. De plus, du 4 mars au 1<sup>er</sup> avril, une campagne d'affichage sur 800 taxis parisiens relayera la bonne nouvelle. Parallèlement, l'opération fera également l'objet d'un plan de communication sur Internet.

## **Une stratégie de communication offensive**

À l'instar de l'événement, la campagne se veut également innovante puisque outre l'annonce de la suppression des frais de livraison, Telemarket communiquera pour la première fois sur un prix produit par le biais de la mise en avant d'un produit Casino afin de rappeler l'attractivité de ses tarifs. Enfin, la marque profite de cette forte actualité pour modifier sa signature qui devient «Telemarket, vos courses sur Internet ».

### **À propos de Telemarket.fr :**

*Acteur majeur des courses à domicile depuis plus de 22 ans, Telemarket livre quotidiennement plus de 1500 commandes de produits d'épicerie, de fruits et légumes, d'hygiène et de beauté, de boissons, de produits frais... ainsi que de produits "petit électroménager", arts de la table, etc. Plus de 8000 produits sont ainsi disponibles à la commande. Aujourd'hui, plus de 300 000 familles ont fait confiance à Telemarket.*

### **Pour en savoir plus :**

[www.telemarket.fr](http://www.telemarket.fr)

### **Relations Médias :**

**FHCOM**

42, rue des Jeûneurs - 75002 Paris  
Tél. : 01 55 34 24 24 / Fax : 01 55 34 24 25  
[agence@fhcom.net](mailto:agence@fhcom.net) / [www.fhcom.net](http://www.fhcom.net)