

La Chocolaterie MONBANA, réseau de confiance pour les candidats à la franchise

La Chocolaterie sera présente au salon Franchise Expo Paris du 26 au 29 septembre 2021, Hall 3 Stand P59. Cette nouvelle édition est un événement stratégique pour amorcer de nouvelles rencontres, échanger avec des candidats à la création d'entreprise et les accompagner dans leurs projets. Reconversion suite à la crise sanitaire, recherche d'autonomie ou d'indépendance, entreprendre en couple, en famille ou entre amis... Et si la clé était tout simplement de se lancer avec la Chocolaterie MONBANA ?

Preuve d'une forte adhésion, la franchise ne cesse de séduire de nouveaux et nombreux candidats. Ce modèle robuste et résilient permet également de rassurer, notamment dans ce contexte compliqué. A ce titre, la Chocolaterie MONBANA souhaite valoriser les forces de son réseau et accueille une toute nouvelle Directrice Développement Réseaux pour démontrer sa capacité à conseiller, aider et accompagner ses futurs franchisés. L'occasion d'insuffler de nouvelles perspectives auprès des entrepreneurs de demain.



« Passionnée par les projets d'entreprises et la performance des enseignes, je suis ravie d'épauler la Chocolaterie MONBANA dans ses ambitions de développement en franchise. Ce modèle est un vrai atout, synonyme de croissance et d'opportunités. C'est une belle aventure collective qui commence par Franchise Expo Paris, LE rendez-vous incontournable avec de nombreuses rencontres à la clé. »

Catherine LEROY, Directrice Développement Réseaux

COUP DE PROJECTEUR SUR UN MARCHÉ PORTEUR ET UNE ENSEIGNE ATTRACTIVE

Malgré l'impact de la crise sanitaire, **le marché de l'alimentaire reste un secteur à fort potentiel, qui progresse et se renouvelle**. Valeur refuge par excellence, les Français se sont tournés plus facilement vers des petits plaisirs comme le chocolat, idéal pour garder le moral. L'occasion pour la Chocolaterie MONBANA de **maintenir le lien avec sa clientèle de proximité**, notamment avec la mise en place d'un service de Click & Collect.

« Depuis le début de l'année, nos boutiques affichent une croissance à 2 chiffres lors de chaque temps fort, tels que la Saint-Valentin, Pâques, la fête des mères ou encore la fin des classes, accompagnée d'une forte hausse du

panier moyen. Cela traduit le dynamisme commercial de notre réseau ainsi que l'engouement pour les produits gourmands et gourmets. »

Corinne GRIMAUULT, Responsable de réseau

La Chocolaterie MONBANA compte à ce jour **23 points de vente, dont 12 en propre et 11 en franchise**. Ces boutiques peuvent donc s'appuyer sur le **savoir-faire industriel** de près de 90 ans, l'exigence dans la sélection de matières premières de qualité, la **fabrication française** mais également la force d'un **réseau multicanal**.



NOUVEAU LOOK IN-STORE POUR DE BELLES AMBITIONS

Faire vivre une **expérience client unique** tout en mettant en avant son cœur de métier a toujours été le crédo de la Chocolaterie MONBANA. C'est pour répondre aux nouvelles tendances de consommation et susciter toujours plus de gourmandise que **l'enseigne fait évoluer le concept store de ses boutiques.**



Identité visuelle affirmée et inspirée du chocolat, ambiance réconfortante et chaleureuse, segmentation par instant de consommation avec des *corners* bien identifiés pour le goûter à croquer, les boissons gourmandes ou encore le vrac, modularité selon les saisons... **Avec une expérience client renforcée, la Chocolaterie MONBANA poursuit l'optimisation du parcours en boutique**, s'exprimant idéalement sur une surface de vente de 120 à 150 m². Un concept qui s'inscrit parfaitement dans des villes de plus de 20 000 habitants, et dans des zones spécifiquement sélectionnées pour leur forte visibilité et leur trafic alentour.



DONNER A SA CARRIERE UN NOUVEL ELAN

Le modèle de franchise MONBANA permet de bénéficier de la **solidité, la notoriété et du savoir-faire reconnu de l'enseigne**, tout en garantissant de nombreux avantages au service de la réussite de tout projet. Les franchisés suivent ainsi une **formation** pour connaître sur le bout des doigts les produits et les outils spécifiques de l'enseigne, complétée par une **immersion en magasin** pour découvrir tous les métiers des boutiques, de l'accueil à la vente en passant par la gestion. Ils bénéficient également par la suite d'une **formation continue** au rythme des lancements de collections variées et des nouveaux services mis en place.

La clé de voute étant collective, l'équipe réseau de la Chocolaterie, constituée de spécialistes, reste présente au quotidien pour accompagner ses franchisés dans le développement de leur point de vente. Elle propose également des visites régulières pour parfaire l'animation en magasin, avec notamment le soutien de ses maîtres chocolatiers, et faire vivre aux clients une expérience unique de découverte.



En tant que **partenaire à part entière**, les franchisés assistent aux conventions annuelles et aux réunions régionales, ainsi qu'à des ateliers collaboratifs autour de thématiques marketing, communication, produit et performance. L'occasion d'avoir un retour sur expérience et de s'inspirer des bonnes pratiques de chacun.

Ce sont tous ces avantages qui ont poussé Éric Bouvet et Rachel Derbré à ouvrir, après Avranches il y a 8 ans, leur 2^{ème} boutique MONBANA à Mayenne en octobre 2020. Les **initiatives entrepreneuriales** étant suffisamment rares pour être soulignées dans cette période particulière, c'est une **belle réussite qui invite à rester positif sur le développement du réseau de boutiques franchisées et l'importance du commerce de proximité.**

Franchise Expo Paris sera donc l'occasion de partir à la rencontre de ces entrepreneurs, amoureux des produits gourmands, dotés d'une fibre commerçante et commerciale et engagés dans le fonctionnement de leur affaire.

À propos de la Chocolaterie MONBANA

Spécialiste historique du chocolat en poudre depuis 1934, la Chocolaterie MONBANA a su se diversifier avec succès et propose aujourd'hui une collection de plus de 250 spécialités qui répondent à toutes les envies : à boire, à croquer, à déguster, à cuisiner, à offrir ou à s'offrir. Ce savoir-faire séduit en France ainsi que dans 60 pays du monde entier, et s'illustre à travers une distribution multicanal : réseau de magasins et d'épicerie fines, boutique en ligne, ou encore accompagnement et offres spécifiquement conçues pour les marques et les professionnels du secteur hors domicile.

