

A close-up photograph of a chocolate bar wrapper, likely made of dark chocolate, with embossed text. The text is partially obscured by a large white text overlay. The background is a warm, golden-brown color, possibly representing a chocolate bar or a factory setting. The overall composition is centered and focused on the chocolate theme.

CHOCOLAT FACTORY

Stand SIAL 2024: 2P 078

1. CONTEXTE

CHOCOLAT FACTORY a été fondée en 1997 avec l'objectif de révolutionner l'industrie chocolatière espagnole et de créer un nouveau concept chocolaté disruptif en proposant au marché des produits chocolatés innovants et créatifs. Tout a commencé dans un modeste atelier de 200 m² plein d'illusions et de méthodes artisanales où se trouvaient seulement trois passionnés, aucun d'entre eux n'ayant de connaissances en chocolat. Le grand défi de l'époque était de sortir le chocolat des confiseries traditionnelles et de lui donner une dimension, une signification et un statut complètement nouveaux. La marque s'est donnée pour mission de faire acheter du chocolat dans une chocolaterie spécialisée et non dans une boulangerie-pâtisserie traditionnelle, où le chocolat n'était qu'un achat de plus. Dans un secteur plutôt stable et traditionnel et en manque d'innovation, la marque s'est fixée un objectif élevé : créer quelque chose de nouveau, au-delà du concept traditionnel du chocolat, et démontrer que quelque chose de commun peut être transformé en quelque chose de complètement différencié sans perdre son essence. Trois ans plus tard, en 2000, la marque confirme le succès de son initiative et ouvre sa première boutique à Barcelone – un exemple clair d'innovation et un modèle à suivre pour l'ensemble du marché espagnol. La vision d'entreprise, la passion pour le chocolat et les produits chocolatés bien présentés ont été récompensés par de nombreux prix, plus de 30, parmi lesquels certains sont une véritable consécration pour le travail et le dévouement de CHOCOLAT FACTORY, comme le Prix Prince des Asturies pour l'Excellence Entrepreneuriale.



Aujourd'hui, **CHOCOLAT FACTORY** est une entreprise de taille moyenne avec un atelier de 2000 m² et une cinquantaine de salariés dédiés à la conception, à la production artisanale et à la vente au détail de produits chocolatés originaux. Les produits sont fabriqués dans une usine située à côté de Barcelone, à Terrassa, et sont vendus dans une vingtaine de magasins en Espagne. CHOCOLAT FACTORY est restée fidèle à sa philosophie : tous les produits sont fabriqués à la main et ensuite sélectionnés littéralement un par un. Les matières premières sont les mêmes que celles utilisées le premier jour : crème glacée française, chocolat belge le plus fin, noix californiennes, etc. Depuis sa création, la stratégie de cette entreprise a été de mélanger modernisme et tradition, le tout assaisonné de quelques gouttes de communication et de marketing.

2. CODE D'ENTREPRISE

MISSION

Offrir au marché un produit de la plus haute qualité, élaboré selon un processus traditionnel, en utilisant des matières premières rigoureusement sélectionnées provenant des meilleures sources du monde, en apportant créativité et originalité aux emballages et en créant des liens avec les consommateurs.

VISION

Être une icône de référence internationale en termes de qualité, de design, d'originalité et d'innovation dans le secteur du chocolat.

VALUES

Créativité, innovation, flexibilité, engagement envers la santé des clients, excellence du service client.



3. LA MARQUE

PASSION POUR LE CHOCOLAT - GOÛT DU PLAISIR - CULTURE DU DESIGN

La formule du succès de CHOCOLAT FACTORY repose sur la bonne gestion de six facteurs clés : qualité, créativité, design, innovation, communication et service client.

INNOVATION

CHOCOLAT FACTORY identifie l'innovation comme un facteur clé et le design comme un élément essentiel de sa vision d'entreprise - offrir quelque chose au-delà des chocolats classiques donne au client un plaisir transgresseur, apporte un nouveau langage de conception qui atteint le consommateur d'une manière différente.

« Les gens qui viennent dans nos magasins savent exactement ce qu'ils recherchent. Notre clientèle est à la recherche de nouveaux produits et s'attend constamment à être surprise ».

Cela « oblige » CHOCOLAT FACTORY à être dans un processus permanent de recherche de produits innovants et de nouvelles idées, et à répondre au besoin de présenter de nouvelles propositions au public avec la même ingéniosité qu'avant et avec une forte dose de surprise.



DESIGN

CHOCOLAT FACTORY « ... a fait du design l'épine dorsale et l'outil clé de la gestion de son activité corporative, ce qui a permis à l'entreprise de transformer un produit conventionnel en un autre clairement différencié, de prendre ses distances avec la grande concurrence qui peut affecter son secteur et garantir une croissance continue et solide, et aussi grâce au rôle central du design dans chaque manifestation de l'entreprise - produit, emballage, communication et décoration intérieure de ses points de vente - CHOCOLAT FACTORY est tout simplement un exemple pour l'industrie espagnole ». (*2005 : Prix Prince Felipe de Design)

Le design permet à l'entreprise de positionner ses produits dans un segment de marché qui n'a pas grand-chose à voir avec la concurrence par les prix et qui est beaucoup plus soucieux de communiquer les valeurs et la personnalité de l'entreprise au consommateur. C'est dans le produit lui-même que le design prend vraiment le dessus et joue un rôle majeur.

Le design des produits est tout simplement sensationnel : tubes ronds, pots, boîtes... Une véritable exposition de design, d'émotions, de couleurs et de formes. Un coup bas pour ceux qui croient que le design n'est que pour les "bagatelles". Le design de CHOCOLAT FACTORY est presque tout, il est aussi important (voire plus) que le produit. Choisir CHOCOLAT FACTORY, c'est offrir quelque chose de joli, d'attrayant... et de sain. Tous les designs sont contemporains et modernes, généralement connus pour leur minimalisme. CHOCOLAT FACTORY s'efforce d'être un exemple d'entreprise soucieuse à la fois du produit et de l'image.

Le concept de la marque peut être résumé comme « un design avec du contenu ». Le design joue un rôle actif dès les premières étapes de la définition du produit et est loin de jouer un rôle purement cosmétique. Cela fait partie de la personnalité de l'entreprise. Le design est une caractéristique du produit, de l'emballage dans lequel il est présenté, de la communication qui l'entoure et du magasin même où il est acheté.



CRÉATIVITÉ

Il y a une saine obsession (passion) chez CHOCOLAT FACTORY pour le chocolat : quand on est amoureux du produit de base, cela permet d'aller au-delà des standards et de créer n'importe quelle forme ou objet.

Si quelque chose peut être réalisé dans un matériau spécifique, cela peut aussi être fait en chocolat.

CHOCOLAT FACTORY va au-delà du produit et comprend ce que veulent réellement les clients : en plus de profiter d'un excellent chocolat, ils veulent aussi expérimenter des choses, des sentiments, ouvrir leur imagination et se mettre au défi.

Il n'y a pas de « produits réguliers » dans les magasins CHOCOLAT FACTORY. Au lieu de cela, les clients trouveront exactement le produit qu'ils recherchaient pour chaque occasion - qu'il s'agisse d'un cadeau pour quelqu'un de spécial ou d'une friandise pour une consommation personnelle. Les clients ne trouveront pas dans nos magasins des copies d'autres marques de chocolat, mais une offre de chocolat authentique et innovante.



COMMUNICATION

CHOCOLAT FACTORY raconte une histoire qui séduit, piège et provoque du plaisir. CHOCOLAT FACTORY profite de la capacité du chocolat à remonter le moral, à produire de l'euphorie et à créer des « bonnes ondes ». Le verbiage est souvent arrogant, séduisant et il existe plusieurs niveaux de communication et d'interprétation dans chaque produit.

Le style de communication de CHOCOLAT FACTORY est spécial et unique et souvent décrit comme « frais, humoristique et ironique ». Cela ne laissera certainement personne indifférent. La communication graphique se concentre sur le message des produits. La police d'entreprise est DIN.

CHOCOLAT FACTORY recherche l'innovation constante dans son secteur et se distingue de ses concurrents grâce à l'innovation dans les produits, dans la communication et dans le packaging. Tous ses produits allient communication fraîche, chocolat de haute qualité et design exceptionnel. Le design est réalisé dans le chocolat lui-même et dans l'emballage. Les produits sont reconnaissables grâce à leur design moderne, récompensé à de nombreuses reprises.

THE RAIN

"It's raining. It's raining and when it rains something is lit up. Let your creativity flow through your projects while this chocolate drizzles all over your coffee. You have the power to make it rain whenever you want to leave your audience drenched to the core. Your hands have the key to provoke the best storms, of chocolate and ideas."



QUALITÉ

CHOCOLAT FACTORY est restée fidèle à ses standards de qualité sur lesquels repose la marque. La seule prémisse qui permet à CHOCOLAT FACTORY de « jouer » avec le design, d'être follement créative et de proposer des modes de communication irrévérencieux est la qualité sous-jacente du chocolat. Derrière le design, l'emballage sophistiqué et le langage, se cache le meilleur chocolat provenant actuellement de l'un des meilleurs producteurs durables du meilleur chocolat belge. Notre chocolat est fabriqué à partir de fèves de cacao 100 % cultivées de manière durable, ce qui permet aux systèmes biologiques d'être diversifiés et productifs au fil du temps ; en d'autres termes, le cacao que nous utilisons ne nuit pas à la productivité des années à venir.

Les matières premières restantes, comme la crème fouettée, les noix, les fruits confits... subissent un processus de sélection très exigeant et sont finalement achetées celles qui répondent pleinement aux normes de qualité de CHOCOLAT FACTORY aux fournisseurs fréquents et habituels. Nous sommes fiers de travailler avec les meilleurs fournisseurs du secteur : les noisettes viennent du Piémont, les noix de Californie, la crème et le beurre de France, etc.

Tous les produits sont fabriqués à la main, ce qui les rend uniques et différents du reste de l'offre du marché. Chaque chocolat est sélectionné manuellement afin que le client ne reçoive que le meilleur. En tant qu'entreprise pionnière en Espagne et avec un volume de production quotidien assez important, la création de chaque produit reste totalement ARTISAN, nous différenciant des autres marques qui visent une excellente qualité avec une production industrielle. Toutes les « sauces » (fourrage au chocolat) sont nos propres recettes et elles sont toutes entièrement produites en interne.

Une fois le produit fabriqué, il passe par le Département Qualité, où les produits qui ne répondent pas aux critères de qualité sont séparés du reste (même s'ils ne sont pas assez brillants). Grâce à ce processus de production, à la manipulation artisanale et à la sélection des meilleures matières premières, nous parvenons à garantir la qualité de nos produits et à être fiers de la signature de notre marque.

La vente totale des produits s'effectue dans les magasins CHOCOLAT FACTORY, puisque nous savons mieux conserver le produit (température, humidité, source de lumière, source de chaleur, etc.).

L'une des principales valeurs de l'entreprise est la qualité en termes d'engagement envers la santé des clients. CHOCOLAT FACTORY, en plus de son offre sans sucre, c'est un atelier 100% sans gluten et 100% sans huile de palme.



WE USE SUSTAINABLE
CHOCOLATE



SERVICE CLIENT

Le consommateur a un rôle actif tant au moment de l'acquisition du produit que lors de sa consommation. Les propositions de produits, ainsi que l'environnement dans lequel ils sont présentés et l'emballage qui les accompagne, font que l'expérience s'étend au-delà du moment de l'achat et que l'interaction dure jusqu'à ce qu'ils rentrent chez eux avec le produit. D'une certaine manière, les clients emportent avec eux une partie des créations imaginaires de l'entreprise.

CHOCOLAT FACTORY a identifié la flexibilité de son offre comme l'un des éléments clés de son succès et le principal facteur de différenciation. Les clients sont invités à être co-créateurs de la marque.

Les suggestions et souhaits personnalisés sont pris en compte très sérieusement. CHOCOLAT FACTORY propose certes une offre standard dans ses magasins, mais les clients peuvent modifier les produits à leur guise et les personnaliser pour chaque occasion.

Notre chocolat se moule aux désirs de nos clients : d'un délicieux bonbon farci avec n'importe quel logo, à la figure du chien de quelqu'un, les initiales de votre amoureux, le visage de votre ennemi (vous pouvez le mordre)... Pourvu qu'il soit en chocolat, CHOCOLAT FACTORY peut le faire.

Notre personnel de magasin a un rôle didactique très important lors de la vente des produits. Les clients méritent de savoir ce qu'ils achètent, d'où vient la matière première et doivent être familiarisés avec toutes les particularités du produit chocolaté qu'ils achètent. Un commercial de CHOCOLAT FACTORY accompagne un client tout au long du processus d'achat, comme s'il était un meilleur ami. Nous avons un produit exceptionnel, nous n'avons pas besoin de tricher pour vendre.



4. MAGASINS



Avec une image soignée, moderne et accueillante, le magasin CHOCOLAT FACTORY est doté d'un mobilier décoratif et fonctionnel, d'un éclairage chaleureux et très étudié, de vitrines, d'un aménagement intérieur avant-gardiste et très attractif et accessible au client. Dans notre boutique, le produit est la star et le principal élément décoratif de l'espace commercial. La fonctionnalité des éléments décoratifs et des exposants met en valeur le produit et permet un investissement réduit dans ces matériaux et élimine les barrières à l'entrée pour les entrepreneurs franchisés qui s'identifient à notre philosophie. D'une superficie de 50 mètres carrés, le magasin CHOCOLAT FACTORY doit être placé dans les rues et centres commerciaux des villes à trafic piétonnier important.

5. PRIX

CHOCOLAT FACTORY a obtenu plus de **30 prix de design**, de communication, de créativité et d'excellence en affaires:

- Meilleur emballage Barcelone 2000 (bronze dans la catégorie emballage alimentaire)
- FAB Award International Food and Beverage Creative Excellence Awards 2001, Londres
- Essen Red Dot Award 2001
- Communication Arts Award of Excellence 2001, Californie
- Laus Awards 2001, Barcelone
- Anuaria Prix de Communication 2001, Barcelone
- Finaliste du FAB 2002 London Award
- Meilleur pack 2002 Gold Award
- Essen Red Dot Award 2002
- Meilleur Pack Alimentaria 2002, Barcelone
- Anuaria 2002, Barcelone
- Europe's Premier Creative Awards 2002
- Le meilleur des meilleurs 2003 Essen Red Dot Award pour The Vase
- Le meilleur des meilleurs 2003 Essen Red Dot Award pour The Jam
- Meilleur pack Argent 2004 Award pour Les cinq sentiments
- La Fondue Award Reddot Design Award 2005
- Meilleur pack 2005 Gold Award The Rain
- Finaliste dans le Fab Awards 2005
- Prix d'argent aux Laus Awards 2005
- Premier "Business Excellence Award 2005" (Catégorie Design et Communication)
- Plus de prix Commerce compétitif (9ème édition PIMES Awards 2006)
- 9ème édition Prix : Meilleur magasin mondial de Barcelone
- Prix de l'établissement commercial 2006
- Laus Awards 2023, Barcelone (Bronze)
- ADCE 2023 — Bronze — Packaging
- Laus 2023 — Bronze — Ligne d'emballage et/ou étiquette



The expert chocolatier

www.chocolatfactory.com

 C/Lepant, 196. 08223 Terrassa. Barcelona. Spain.

 chocolatfactory@chocolatfactory.com

 +34 93 589 53 59