

Noël 2024

**ACTION CHOCOLATS**

**Guide d'aide à la vente**

**Filières vente et commerce**



**JUSQU'À 30%  
DE BÉNÉFICES**

**UNE ACTION PÉDAGOGIQUE**

**UNE ACTION SOLIDAIRE**

**UNE ACTION AVEC DES BÉNÉFICES**



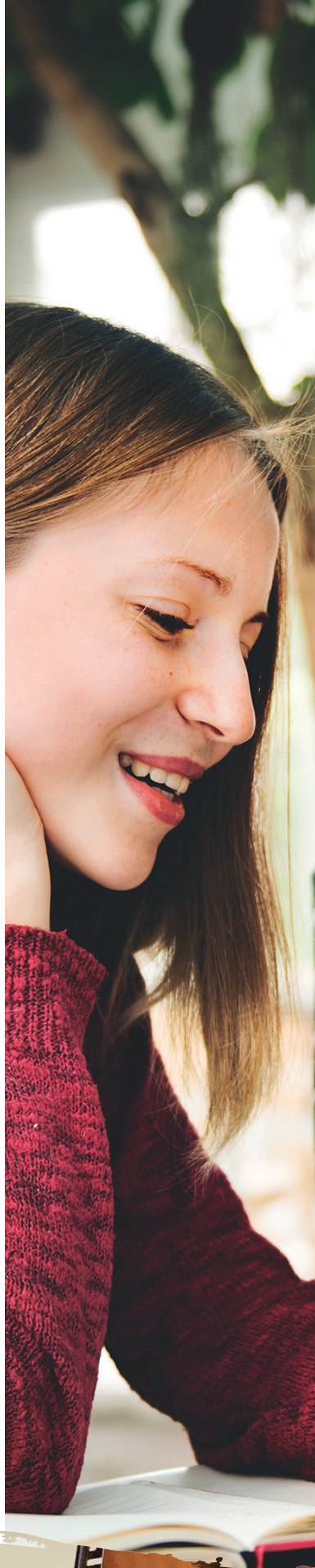
**initiatives**  
CHOCOLATS

En partenariat avec

**Alex Olivier**  
LES CHOCOLATS DU CŒUR

# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>3</b>
<b>Les chocolats Alex Olivier</b>	<b>4</b>
<hr/>	
Histoire de la chocolaterie	4
Un chocolatier qui a du sens	5
Les nouveautés de Noël 2024	6
<b>Le chocolat</b>	<b>7</b>
<hr/>	
D'où vient le cacao ?	8
La fabrication du chocolat	9
Comment reconnaître un bon chocolat ?	11
Les vertus du chocolat	12
La conservation du chocolat	13
Le chocolat en quelques chiffres	13
Le marché du chocolat	14
<b>La vente : comment ça marche ?</b>	<b>15</b>
<hr/>	
Commande des catalogues GRATUITS	15
Paramétrage de la boutique en ligne	15
Distribution des catalogues aux participants	17
Communication sur votre action	17
Un challenge pour les meilleurs vendeurs	18
Place à l'action et à la prospection	19
Les besoins et motivations d'achat	21
Les phases de la vente	22
Le traitement des objections	24
Le traitement des commandes	27
Livraison et distribution des chocolats	28
Le bilan	29



# Introduction

Vous avez choisi Initiatives-Chocolats pour financer les projets de votre établissement, club, association... et nous vous remercions de votre confiance.

Dans le cadre de notre action Initiatives-Chocolats proposée en partenariat avec Alex Olivier Les chocolats du Cœur, la vente de chocolats conjugue plusieurs axes très enrichissants pour les élèves : pédagogique, financier et solidaire.

De nombreuses formations commerciales choisissent Initiatives-Chocolats non seulement pour la qualité reconnue de ses produits et de son savoir-faire, mais aussi pour apporter une véritable expérience commerciale à leurs élèves en filière vente.

Depuis plus de **30** ans, Initiatives-Chocolats, leader de son marché, est au côté de toutes les associations : scolaires, sportives, culturelles.

**1 école sur 2** fait confiance à Initiatives pour financer ses projets.  
Plus de **41 000** projets voient ainsi le jour chaque année.

**Toute l'équipe d'INITIATIVES-CHOCOLATS  
vous souhaite plein de réussite dans vos projets  
et dans votre vente de CHOCOLATS !**



# Les chocolats Alex Olivier

## Histoire de la chocolaterie

---

Depuis 1927, la chocolaterie Alex Olivier, située à Neuville-aux-Bois (Loiret 45), vous propose de découvrir des recettes gourmandes au goût unique issues de l'exigence et du savoir-faire français.

### LES DATES CLÉS DE LA CHOCOLATERIE :

- 1927**  
**ENTREPRISE FAMILIALE**  
fondation de la chocolaterie
- 1977**  
**TRADITION**  
épicerie fines et ministères
- 1986**  
**MAÎTRES CHOCOLATIERS**  
nouvelle implantation  
à Neuville-aux-Bois (45)
- 1988**  
**NAISSANCE DE LA MARQUE**  
Alex Olivier
- 1990**  
**RECONNAISSANCE**  
salon international du chocolat
- 2007**  
**SOLIDARITÉ**  
les chocolats du cœur
- 2008**  
**ÉTHIQUE**  
une démarche bio et équitable
- 2009**  
**HUMANITAIRE**  
Mécénat Chirurgie Cardiaque
- 2017**  
**ENTREZ AU CŒUR  
DU CHOCOLAT**  
ouverture d'un parcours de visite au  
cœur de nos ateliers
- 2020**  
**RENOUVEAU**  
après un incendie, ouverture  
d'une nouvelle boutique  
ambiance Factory
- 2021**  
**VISITES & SÉMINAIRES**  
un nouveau parcours de visite et  
une salle pour séminaires



# Un chocolatier qui a du sens

## La qualité française



Depuis **1927**, la chocolaterie Alex Olivier, située à Neuville-aux-Bois (Loiret **45**), propose des recettes au goût unique issues de l'exigence et du savoir-faire français.

Nos maîtres chocolatiers utilisent uniquement du **chocolat de couverture garanti 100% pur beurre de cacao.**

## La solidarité



La chocolaterie Alex Olivier est partenaire et mécène du bateau Initiatives-Cœur qui participe à des courses à la voile célèbres (Vendée Globe, Route du Rhum,...) pour sauver des enfants malades.

Chaque course est l'occasion de porter un message de solidarité et de sensibiliser le public à l'action de [Mécénat Chirurgie Cardiaque](#) qui opère des enfants souffrant de graves malformations cardiaques.

## Biologique



Parmi les chocolats proposés, certains sont **issus de l'Agriculture Biologique** qui privilégie des procédés non polluants, respectueux de l'écosystème et de l'environnement.

Ils font l'objet d'un contrôle indépendant et ont été certifiés par Ecocert FR-BIO-01 selon un dispositif fixé par les autorités publiques (Ministère de l'Agriculture et de la Pêche).

## Équitable



Tous les chocolats marqués du logo Fairtrade/Max Havelaar sont **issus du Commerce Équitable.**

Choisir ces produits, c'est s'engager auprès de petits producteurs de cacao et de sucre dans une démarche de commerce équitable pour leur permettre de vivre dignement de leur travail.

## Un achat gourmand et solidaire

En achetant ces chocolats, vos clients soutiennent vos projets, pour **financer les projets pédagogiques de votre établissement** ou les **activités de votre association** (ex.: sorties scolaires, voyages pédagogiques ou linguistiques) ou encore l'achat de matériels (informatique, jeux éducatifs, achat de maillots...).

# Les nouveautés de Noël 2024

## Nouveaux produits



### PÈRE NOËL ÉQUITABLE RÉF. NOO2

Moulage au chocolat au lait équitable (H. 12,5 cm).  
Livré dans un sachet kraft décoré.



### BÛCHETTES DE NOËL RÉF. NO12

Assortiment de 2 variétés de délicieuses mini barres.  
Sous le chocolat au lait découvrez un praliné amandes  
noisettes avec des céréales biscuitées et sous le chocolat  
noir se trouve une savoureuse pâte d'amande au citron,  
dans une boîte en métal (10,8 x 10,8 x 2 cm). Livrée  
dans un pochon en organza.



### ASSORTIMENT DE TUILES ÉQUITABLES RÉF. NO13

3 variétés de savoureuses tuiles équitables,  
au chocolat au lait garnies d'amandes  
hachées ou de noisettes grillées, au chocolat  
noir avec des grains de maïs. Livrées dans  
une boîte cartonnée (9,5 x 6,8 x 8,6 cm).



### PETITS CŒURS FONDANTS ÉQUITABLES RÉF. NO49

Mélange de petits cœurs équitables au chocolat au  
lait décorés d'éclats de noisettes, fourrés d'un praliné  
et au chocolat noir, fourrés d'une ganache vanille.  
Livrés dans leur boîte en métal (9,1 x 9,1 cm).

# Le chocolat

## Qu'est-ce que le chocolat ?

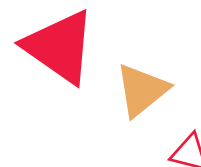
Le **chocolat** est un aliment plus ou moins sucré produit à partir de la fève de cacao. Celle-ci est fermentée, torréfiée, broyée jusqu'à former une pâte de cacao liquide dont on extrait la matière grasse appelée beurre de cacao.

Le chocolat est constitué du mélange, dans des proportions variables, de pâte de cacao, de beurre de cacao et de sucre ; on y ajoute éventuellement des épices, comme la vanille, ou des matières grasses végétales.

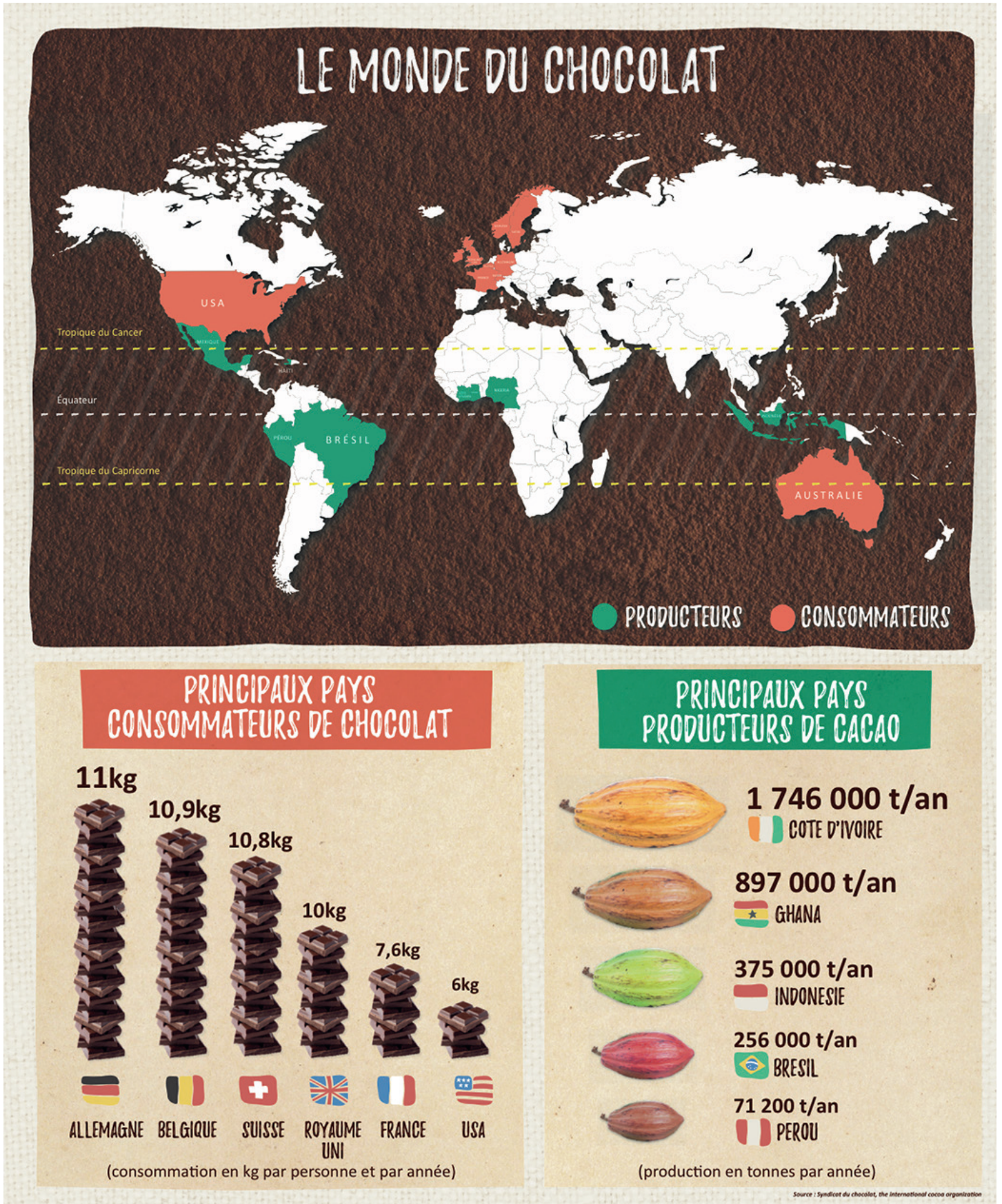
Consommé initialement sous forme de xocoatl (boisson épicée) au Mexique et en Amérique centrale, le chocolat se démocratise avec la révolution industrielle.

Au XXI<sup>e</sup> siècle, il est consommé sous forme solide (chocolat noir ou au lait) ou liquide (chocolat chaud).

*Source : Wikipedia*



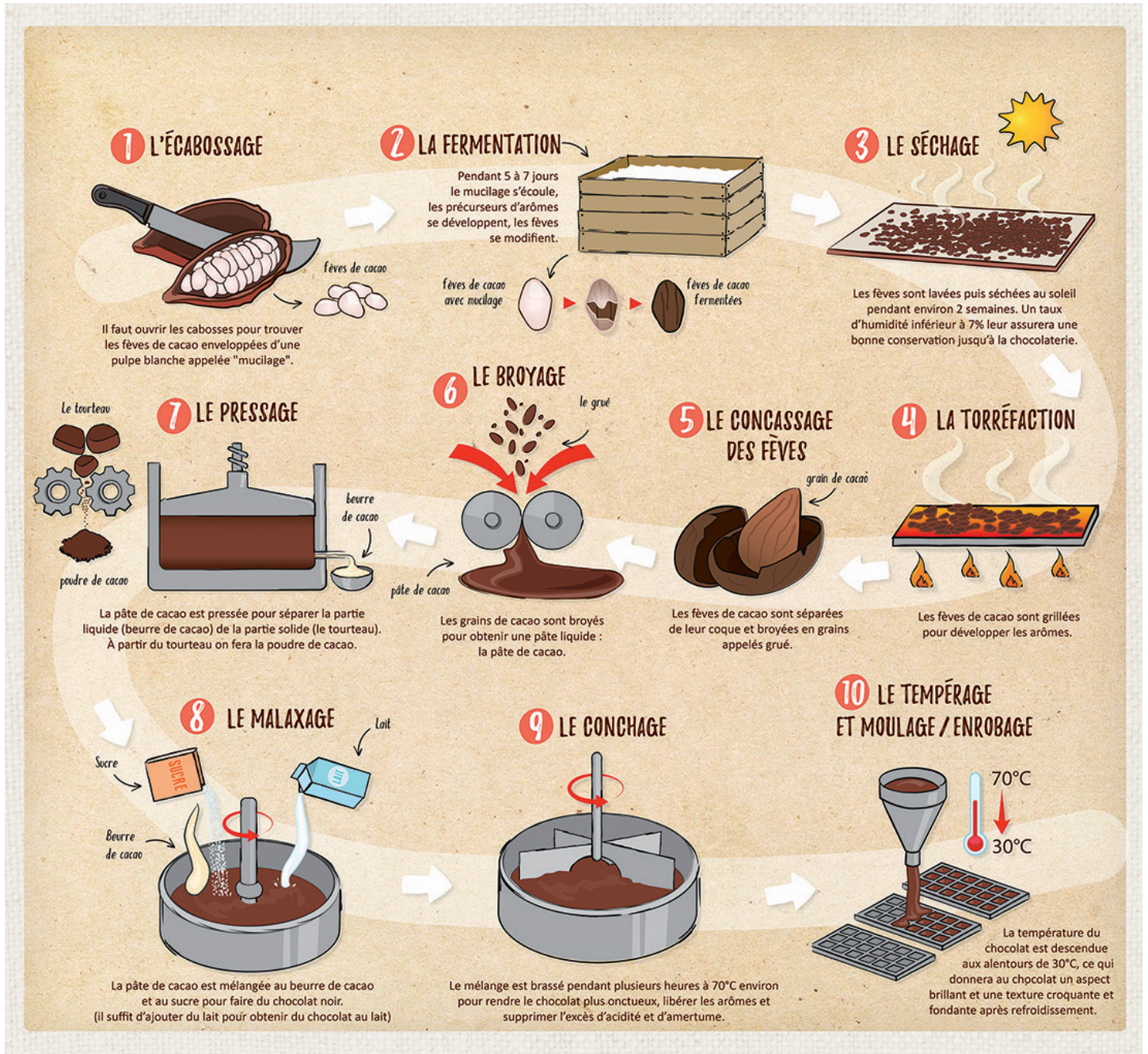
# D'où vient le cacao ?





# La fabrication du chocolat

Avant de devenir tablettes, bonbons de chocolat ou poudre de cacao, les fèves de cacao subissent de nombreuses transformations : de la cabosse à la fève, de la récolte à la fermentation...



## LES DIFFÉRENTES RECETTES DE CHOCOLAT



# ANATOMIE D'UN BONBON DE CHOCOLAT

Les maîtres-chocolatiers cherchent l'accord parfait entre les différents ingrédients soigneusement sélectionnés afin de donner une texture et une saveur uniques aux bonbons de chocolat

## LE DÉCOR

Texturé, coloré ou gourmand, le décor met l'eau à la bouche



en relief

transfert

motifs

fruits secs

## LA COUVERTURE

Chocolat noir, chocolat au lait ou blanc, le chocolat a un rôle de protection et de conservation de la préparation intérieure



chocolat noir



chocolat au lait



chocolat blanc



## LES FOURRAGES

### LES PRALINÉS

Mélange de fruits secs torréfiés (amandes, noisettes) et de sucre cuit



amandes

noisettes

sucre

Le tout est ensuite broyé afin d'obtenir une pâte onctueuse que l'on peut marier à de multiples saveurs...



speculoos



orange



crêpe dentelles

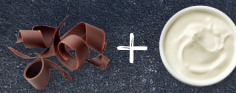


épices

OU

### LES GANACHES

Mélange harmonieux de chocolat et de crème



chocolat

crème

Infusions de thé ou pulpes de fruits, ... De nombreuses combinaisons aromatiques sont possibles pour créer des ganaches



thé



framboise

OU

### AUTRES FOURRAGES POSSIBLES



pâtes de fruits



pâtes d'amandes



nougats



fruits confits



liqueurs

# Comment reconnaître un bon chocolat ?

---



## Au goût

Sa texture doit être soyeuse et lisse.

Un bon chocolat fond dans la bouche et ne doit surtout pas être sableux ou granuleux.

Cela est garanti par le pourcentage élevé de beurre de cacao contenu dans le chocolat et qui est gage de sa qualité finale.

Le goût d'un bon chocolat doit durer en bouche et les parfums ne doivent pas s'estomper immédiatement.



## A la vue

Le chocolat doit être brillant. Si sa surface apparaît blanchie, cela témoigne d'un choc de température.

S'il s'agit de chocolat au lait, sa couleur ne doit être ni trop claire, ni trop foncée.

S'il s'agit de chocolat noir, il faut observer sa couleur noire-brune.

Plus il y a de nuances acajou, plus le chocolat sera fin.



## Au toucher

Un chocolat de qualité doit être cassant et ferme.

Vous pouvez procéder à un petit test afin d'évaluer la qualité d'un chocolat :

Placez un carré de chocolat au creux de votre main puis refermez-la.

Attendez **20** secondes. Si le carré n'a pas fondu, cela signifie que le chocolat est de mauvaise qualité.



# Les vertus du chocolat

---



## Un allié contre le stress

Le chocolat, grâce au cacao qu'il contient, est une excellente **source de magnésium** qui, en plus de vous apporter de l'énergie, vous aidera à lutter contre le stress du quotidien.

Mieux qu'un antidépresseur ou qu'une cigarette, déguster un carré de chocolat procure du plaisir, et donc favorise la sécrétion d'endorphines, l'hormone du bien-être et du bonheur.

Les antioxydants qu'il contient sont également excellents pour le cerveau.



## Un allié contre les maladies cardio-vasculaires

Pour avoir un coeur en bonne santé, il faut manger sainement, faire du sport et manger du chocolat ! Non, vous ne rêvez pas : consommé avec modération à raison de deux carrés par jour, le chocolat noir est excellent pour les artères.

L'action **antioxydante** du chocolat, grâce à sa richesse en flavonoïdes, protège le système cardio-vasculaire, et **aide à lutter contre le cholestérol** et la formation de caillots dans le sang.

Pour que votre coeur bénéficie de tous les bienfaits du chocolat, **privilégiez le chocolat noir** au chocolat au lait, car le premier contient davantage de cacao que le second.



## Un allié pour un bon transit

Le chocolat peut agir comme un laxatif, car les **fibres** contenues dans les fèves de cacao aident à lutter contre la constipation.

Certains chocolats à forte teneur en cacao agiraient même sur notre transit de manière plus efficace que certains légumes ! L'action antioxydante du chocolat agit également comme un film protecteur sur la muqueuse intestinale, **aidant ainsi le corps à se protéger contre les maladies.**



## La conservation du chocolat

Il faut apporter un grand soin à la conservation du chocolat afin de lui garder toute sa saveur.

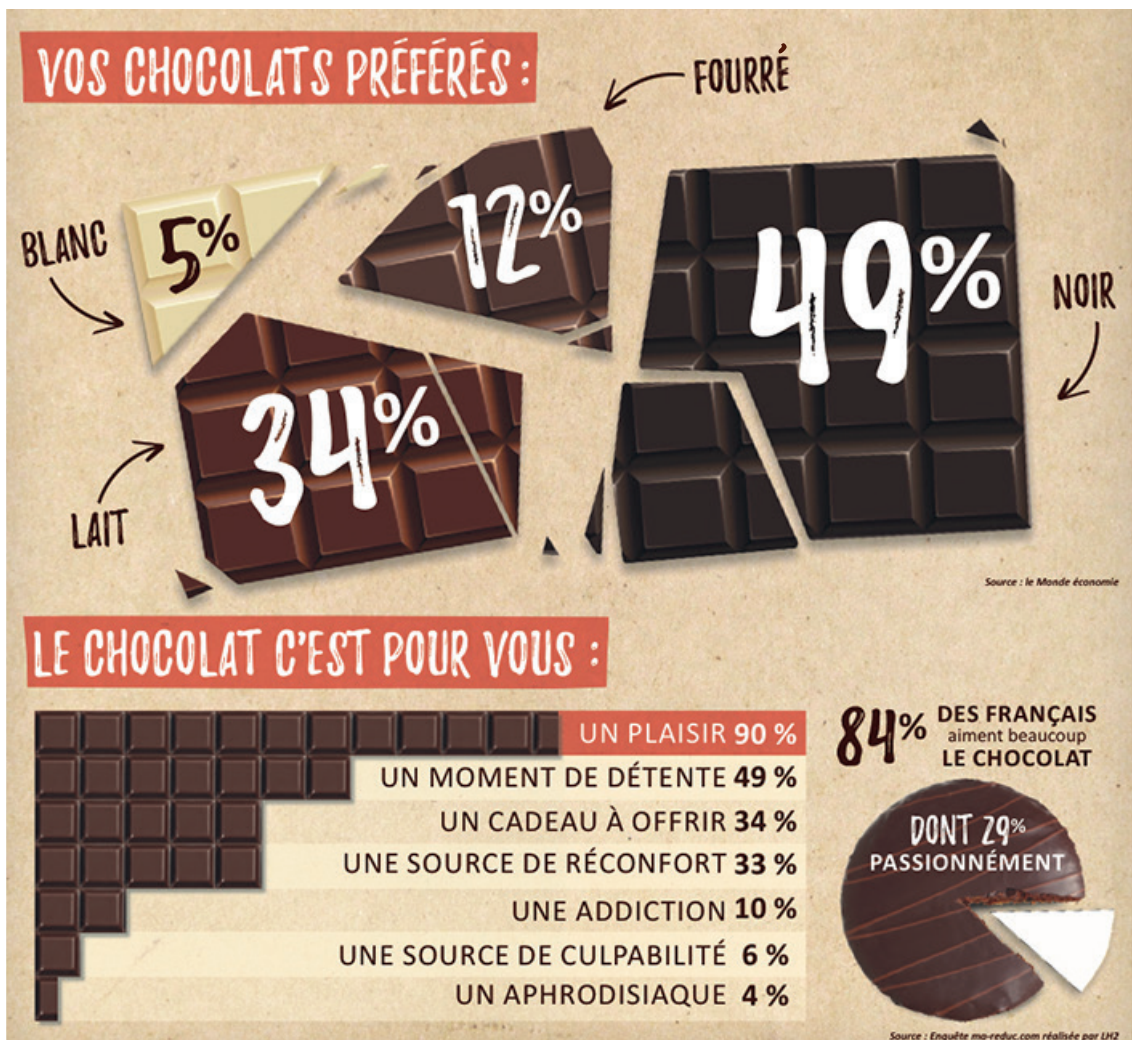
### Nous vous conseillons de le conserver :

- à l'abri de la lumière,
- à l'abri de l'humidité,
- dans un endroit sec et frais (entre 16° et 20°)
- dans l'emballage d'origine
- éviter de l'entreposer à proximité d'odeurs fortes car le chocolat possède la caractéristique d'absorber très facilement les odeurs.

### Et si une pellicule blanche apparaît sur le chocolat ?

Un bonbon de chocolat est un produit qui ne cesse d'évoluer dans le temps selon sa durée de vie et ses conditions de conservation : c'est pourquoi le blanchiment est un phénomène normal qui n'affecte en rien les qualités gustatives et microbiologiques du produit.

## Le chocolat en quelques chiffres



# Le marché du chocolat

---

Un secteur dynamique :

100 ENTREPRISES

90%  
de PME

30 000  
SALARIÉS

50% PRODUCTION  
INDUSTRIELLE

## Qui comprend :

Des groupes de taille **internationale** qui ont des sites de production en France : Barry Callebaut, Cémoi, Ferrero, Lindt, Mondelez, Mars, Nestlé...

Près d'une cinquantaine de **PME** :

Alex Olivier, Abtey, Castelain, Cluizel, Le Chocolat des Français, Guyaux, Marquise de Sévigné, Mazet, Monbana, Révillon, Valrhona, Voisin, Weiss...

Des fabricants avec **magasins de proximité** :

De Neuville, Léonidas... De nombreux artisans.



# La vente : comment ça marche ?

## Commande des catalogues GRATUITS

Sur simple demande, commandez votre kit gratuit et sans engagement sur notre site web initiatives-chocolats.fr ou par téléphone au 02 43 14 30 00.

### Vous recevez un kit complet, qui comprend :

- **Des catalogues**, vous recevez autant de catalogues que d'élèves. Ces catalogues sont gratuits. Ils présentent toute la gamme des chocolats que vous proposerez à la vente.
- **Des affiches** pour communiquer sur votre action, à personnaliser avec le nom de votre établissement.
- **Un courrier-guide pratique** pour vous aider et réussir votre action en toute simplicité.
- **Des bons de commande simplifiés** pour augmenter la diffusion de votre opération chocolats.
- **Des échantillons de chocolats**
- **Des affiches meilleurs anim'acteurs**

### Combien de catalogues faut-il demander ?

Prévoyez de distribuer 1 à 2 catalogues par élève afin d'augmenter la diffusion de l'offre commerciale.

## Paramétrage de la BOUTIQUE EN LIGNE

A la réception de votre kit complet, choisissez votre mode de vente

- **Catalogue et boutique en ligne (recommandé)**
- **Catalogue uniquement.**

### À noter :

Si vous ne souhaitez pas proposer la vente via une boutique en ligne, RDV dans votre **Espace Organisateur** pour la désactiver.



Votre Espace Organisateur, accessible depuis votre Espace Personnel, pour :

- > **PERSONNALISER votre boutique en ligne** : décrivez votre projet par des textes, insérez des photos... Montrez qui vous êtes et ce que vous voulez financer pour donner envie de vous soutenir !
- > **Définir la DATE LIMITE** de votre commande groupée.
- > **Choisir votre MODE DE LIVRAISON.**

- Livraison groupée et facturation à l'association
- Livraison individuelle soit une facturation et livraison à domicile ou en point relais.

**Nous vous conseillons d'activer ces deux modes de livraison pour toucher un max de bienfaiteurs.**



## LIVRAISON INDIVIDUELLE PARTOUT EN FRANCE

En activant cette option, vous permettez aux familles et à vos membres de solliciter leurs proches et leurs amis même si ils habitent dans une autre région. Ils seront livrés par Initiatives à leur domicile ou en point relais moyennant une participation aux frais de livraison :

- à domicile > à partir de 5,90 €
- en point relais > 4,90 €
- par colissimo > à partir de 4,90 €

Vous n'avez rien à faire : la commande individuelle est facturée et livrée par Initiatives. Votre association est rémunérée sous forme de commission, 18% du montant des ventes, hors frais de port, versée à votre association par virement en fin d'opération.

### 4 bonnes raisons d'activer cette option.

#### VOUS TOUCHEZ DES BIENFAITEURS ELOIGNÉS

Des grands-parents, parrains, marraines, amis ... habitants dans une autre région, ils recevront leur commande directement chez eux ou en point relais.

La distance n'est plus un frein !

#### VOTRE ACTION VOUS RAPPORTE ENCORE PLUS LONGTEMPS

Après validation de votre commande groupée, vous continuez à récolter des bénéfices. Votre boutique reste ouverte pour les livraisons individuelles. Plus d'excuses pour les retardataires !

#### VOUS N'AVEZ RIEN À FAIRE

En activant cette option dans votre boutique en ligne, fini la saisie des bons de commande et des chèques. Fini également la distribution. Initiatives s'occupe de tout !

#### À noter :

Les commandes individuelles seront expédiées à partir du 07 novembre 2024.





## Distribution des catalogues aux participants

---

**Remettez à vos élèves 1 ou 2 catalogues.** N'oubliez pas de compléter les bons de commande des catalogues avec le nom de l'élève, la classe ou niveau, la date de retour des commandes, l'ordre du chèque... Joignez un courrier expliquant l'opération et son but (disponible sur initiatives-chocolats.fr).

Collez les étiquettes personnalisées sur la couverture des catalogues.



Si vous avez désactivé votre boutique en ligne, pensez à couper ou rayer grâce à un marqueur la partie inférieure de l'étiquette.

Indiquez la date limite de retour des bons de commande sur les affiches fournies. Aucune commande groupée ne pourra être prise une fois passée la date limite de clôture de l'opération : **le 21 novembre 2024.**

## Communication sur votre action

---

**La lettre explicative aux acheteurs.** Ce courrier permettra d'indiquer aux participants les modalités pratiques de l'opération (téléchargeable sur notre site Internet au format Word, ainsi vous pourrez modifier la lettre à votre convenance).

Celle-ci devra indiquer :

- > Le but de l'action (le projet à financer) : expliquer que la vente permet de contribuer à la réalisation de projets pour l'établissement.  
Le délai maximum pour ramener sa commande (**8 à 10** jours maxi).
- > Le paiement : indiquez à quel ordre le chèque de règlement doit être établi (FSE...) et à quel moment il doit vous être remis (avec le bon de commande).

Ce courrier sera un bon moyen de communiquer le dynamisme de vos vendeurs, classes, projets pédagogiques...



**EXCLUSIVITÉ INITIATIVES** : Des messages clés en main, à envoyer par e-mail, sms, courrier ou à partager sur les réseaux sociaux, sont à votre disposition **GRATUITEMENT** dans votre Espace Organisateur.

### Diffusion de votre boutique

Pour maximiser vos bénéfices, invitez les membres de l'association à partager le lien et le code d'accès de votre boutique en ligne par e-mail et sur les réseaux sociaux.





## Un challenge pour les meilleurs vendeurs (anim'acteurs)

Rappelez à vos élèves qu'en plus d'être une action de vente pédagogique, qui rapporte des bénéfices, **Initiatives-chocolats récompense les meilleurs vendeurs et associations dès 1 000 € de commande.**

**Pour votre association** (cadeaux non cumulables) :



1 power bank  
dès 1 000€  
de commande



1 coffret de chocolats  
dès 4 000€  
de commande



1 enceinte  
Karaoke  
Bluetooth  
dès 8 000€  
de commande



1 cafetière expresso  
Krupps  
dès 14 000€  
de commande



1 vidéoprojecteur  
portable  
dès 20 000€  
de commande

**Et pour vos meilleurs vendeurs de nombreux lots à distribuer :**



1 coffret  
de truffes

dès 1 000€ de commande

1 enceinte Bluetooth



1 paire  
d'écouteurs  
Bluetooth



1 chargeur  
à induction



dès 3 000€  
de commande



1 mini enceinte karaoké  
dès 6 000€  
de commande



1 trottinette avec  
assistance électrique



dès 10 000€  
de commande

Vous avez tout intérêt à **programmer un événement**, sous la forme d'une cérémonie par exemple, avec remise des diplômes et des récompenses dans le cadre du challenge.

À cette occasion, vous pouvez réaliser un powerpoint avec tableaux qui récapitulent d'une part le chiffre d'affaire total avec toutes les références et produits commandés. D'autre part, vous pouvez présenter un tableau récapitulatif avec classement de vos élèves dans un ordre croissant ou décroissant du Chiffre d'Affaires généré, associé à chaque élève.

**À noter :**

**L'ATTRIBUTION DES CADEAUX EST BASÉE SUR LE MONTANT TOTAL DE VOS VENTES.**

Nous tenons compte à la fois des commandes groupées et des commandes individuelles livrées directement aux bienfaiteurs. Le calcul final se fera à la fin de l'opération en janvier 2025.





## Place à l'action et à la prospection

---

À la distribution des catalogues à vos vendeurs, expliquez le projet et l'objectif de votre action. Précisez aux vendeurs qu'il est préférable pour eux de rencontrer leurs acheteurs en **face à face**. En effet, le contact physique est préférable dans la majorité des situations pour effectuer une vente.

Mettez en place un **script** pertinent, tel un modèle de conversation de manière à pouvoir déterminer au cours de la première discussion si oui ou non l'acheteur a besoin de chocolats, dispose d'un budget et s'il est habilité à le dépenser. La majeure partie du temps, un script de qualité est construit lors de la discussion à questions ouvertes avec le prospect.

Constituez une liste de prospection commerciale d'après un ciblage le plus efficace au possible.

**Vos contacts** peuvent être :

- > Famille, amis, voisins...
- > Ecoles, petites entreprises locales, artisans, mairies...
- > Coiffeurs ou instituts de beauté, si vous les connaissez bien et que vous leur expliquez l'action au moment où vous leurs déposez des catalogues.
- > Dans le cadre de vos activités associatives : clubs sportifs ou de loisirs...

Avec une vente de chocolats, vous pouvez conquérir des clients : BtoB et BtoC

### B to B

#### CIBLES PROFESSIONNELLES ET ASSOCIATIVES

---

##### POUR LE CADEAU AUX CLIENTS (OU BÉNÉFICIAIRES)

Société - PME, PMI - Administrés -  
Collectivité - Résidents maison de retraite

##### POUR LE CADEAU AU PERSONNEL, MEMBRES, COLLABORATEURS

CE - Entreprises et leur personnel - EHPAD  
Associations et amicales du personnel (CCAS, COS...)

##### POUR UN REGROUPEMENT D'ACHAT OU ASSOCIATION

Club sportif - Club 3<sup>e</sup> âge -  
Comité d'entreprise - Administrations

### B to C

#### CIBLES PARTICULIERS

---

##### LE PLAISIR D'OFFRIR, POUR LE CADEAU DE NOËL

La famille - Les amis -  
Les collègues de travail des parents  
Les voisins - Les parents des amis -  
Les amis des parents - Vos enseignants  
et le personnel de votre établissement

##### LA CONSOMMATION PERSONNELLE

Pour le foyer





## Lieu

Etudiez en fonction de votre zone de chalandise, les clients potentiels situés dans votre zone géographique. Suggestion de lieux : porte d'entrée et de sortie d'école, étude, garderie, gymnase, salle de sport, à la bibliothèque, à la cantine, à la maison des associations.



## Âge

Ciblez les clients en fonction de leur âge



## Sexe

Essayez d'identifier si ce sont plus, les hommes ou les femmes qui achètent, consomment du chocolat.

**À noter :** Faites une liste de prospects potentiellement intéressés, par catégorie de relations et relations similaires. Cette liste doit comporter des dizaines de noms.



### Campagne de communication : faites de la pub !

Faites de l'affichage au sein de l'établissement, à ses abords, dans les lieux publics (mairie, bibliothèque, salle des fêtes...)

Mettez-les bien en vue afin que tous les participants soient informés de la vente en cours (hall, tableau d'affichage extérieur...).

Vous pouvez aussi demander l'autorisation de placer vos affiches à la mairie, à la bibliothèque municipale ou à la salle des fêtes par exemple, afin de faire connaître votre action très largement.

Faites la promotion de votre vente sur les réseaux sociaux, sur internet... Vous pouvez aussi faire des campagnes d'e-mails.

Nous mettons à votre disposition dans votre espace organisateur une boîte à outils complète pour communiquer sur les réseaux sociaux avec des messages à personnaliser pour faire connaître votre action au plus grand nombre.



### Dégustation : proposez de goûter les chocolats !

Prévoyez une dégustation des échantillons de chocolats compris dans votre kit.

Vous pouvez faire un affichage pour prévenir d'une séance de dégustation au sein de votre établissement;

Cet événement est aussi l'occasion de mettre en place les méthodes CAP/SONCAS (voir plus loin) pour apporter la preuve sur les caractéristiques et avantages des chocolats.



# Les besoins et motivations d'achat

## La méthode CAP : caractéristiques, avantages, preuves

Afin de pouvoir mettre en œuvre la méthode **CAP**, vous devez identifier les caractéristiques et avantages de notre offre de chocolats, et pouvoir présenter les preuves de ces éléments.

### CARACTÉRISTIQUES :

Il s'agit des éléments descriptifs de nos chocolats essentiellement d'un point de vue technique et factuel. Ici, vous pouvez présenter les chocolats, leurs recettes et leur conditionnement en boîtes bambou, de façon sobre et descriptive, mais ces éléments ne suffisent pas encore à séduire votre interlocuteur... Vous pouvez ici proposer la gamme de chocolats bio, équitables ou bien même notre service : LES COMMANDES INDIVIDUELLES.

### AVANTAGES :

Il s'agit des résultats liés aux caractéristiques, traduits en éléments bénéfiques. Il s'agit des véritables « plus » qu'apportent les chocolats ou nos services. Ces avantages vont « changer la vie » des prospects. Ici, votre client trouve quelque chose qui le séduit ; Les chocolats répondent à ses besoins et à ses motivations les plus importantes. Nos services et les commandes individuelles permettent des ventes à des prospects qui habiteraient loin de l'association.

### PREUVES :

Il s'agit de prouver ce que vous venez d'annoncer ci-dessus, de montrer que les caractéristiques et les avantages de nos chocolats sont réels et concrets. Cela peut passer par une dégustation (un kit dégustation comprenant des échantillons est livré avec les catalogues), des témoignages, des avis de consommateurs, etc. Ces derniers arguments viennent définitivement convaincre votre prospect, qui est alors prêt à passer à l'acte d'achat.

Avec la méthode **CAP**, vous obtenez une argumentation riche et complète, qui présente parfaitement la vente de chocolats et met bien en avant tout ce qu'elle comprend de bénéfique pour votre prospect.

## La méthode SONCAS

Cette méthode permet de cerner quelles sont les priorités de votre prospect, et d'y positionner en face un ensemble d'arguments. Le SONCAS permet aussi de répondre aux objections.

Lors de l'entretien de vente (à l'occasion de la dégustation par exemple), le vendeur doit découvrir le ou les types de besoins SONCAS de son interlocuteur et puiser dans son argumentaire le ou les arguments correspondants.

### S écurité

La chocolaterie Alex Olivier, maître chocolatier depuis **1927**, situé à Neuville-aux-Bois (**45**), fabrique des chocolats traditionnels de haute qualité... Un parcours de visite vous permet de découvrir l'envers du décor de nos ateliers. La possibilité de parer à toutes les éventualités grâce au nouveau service de livraison à domicile.

### O rgueil

Des cadeaux originaux grâce aux boîtes bambou, que l'on ne trouve nulle part ailleurs.

### N ouveauté

Un chocolatier solidaire par rapport à la concurrence et très responsable avec une démarche de plus en plus biologique et équitable.

### C onfort

Vous pouvez commander tranquillement depuis votre salon, grâce à la boutique en ligne. Possibilité de livraison à domicile grâce au nouveau service de livraison individuelle.

### A rgent

En regroupant les commandes, l'association vous permet de bénéficier d'un tarif préférentiel avec le tarif spécial association qui vous permet d'avoir une **remise de 20% sur le prix public** alexolivier.fr

### S ympathie

Un achat solidaire et généreux qui profite à tous

**À noter :** Le catalogue est découpé en plusieurs thèmes, auquel il est bon de se référer pour la typologie SONCAS ( Esprit cadeaux, Noël bio équitable, vœux...)

# Les phases de la vente

## Savoir se présenter et présenter l'action Initiatives-Chocolats

Il s'agit ici de vous présenter en tant que "vendeur" et "interlocuteur commercial".

En effet, beaucoup de vos prospects ne vous connaîtront pas et il vous faudra vous présenter succinctement et clairement à eux :

- > Présentez le contexte de votre face-à-face et vous-même et votre rôle dans cette action
- > Nom de votre établissement ou association, raisons de l'action, objectifs de l'action
- > Présentez Initiatives-chocolats et la chocolaterie Alex Olivier ainsi que ses produits. Adaptez votre discours à votre interlocuteur, cible prédéfinie préalablement (particulier, professionnel ...).

### À noter :

Si les paroles peuvent avoir un impact certain, le non verbal peut en dire bien plus long que de simples mots. Pensez à travailler votre gestuelle, votre posture et tenue.

## Effectuer la découverte du client

C'est l'étape la plus importante de la vente ! C'est elle qui décidera si oui ou non vous réussirez à vendre au client en face de vous, c'est également elle qui prendra le plus de temps dans toute votre vente. Le but de la découverte est de connaître les besoins de votre prospect (ou de les faire naître), de comprendre comment vous allez lui vendre les chocolats (trouver le levier de vente) et de cumuler des informations pour prédire les objections.

### 1 ACCUEIL DU CLIENT

- Aborder la règle des 4 x 20
- Je suis disponible pour le client.
- Souriant, je dis bonjour Madame, Monsieur,
- Je vais vers lui; j'ouvre le dialogue avec des questions ouvertes (en quoi puis-je vous être utile ?)

### 2 RECHERCHE DES MOBILES, DES MOTIVATIONS ET DES FREINS

- Je pose des questions ouvertes
- J'écoute attentivement
- Je reformule
- Je connais la motivation d'achat SONCAS, les motivations et les freins
- Je synthétise les attentes du client

### À noter :

Si votre interlocuteur n'est pas disposé à parler, n'est pas intéressé ou n'arrive pas à répondre à vos questions ouvertes, vous pouvez alors tenter de lui poser des questions fermées (réponse par oui ou par non): Aimez-vous le chocolat noir ?

### 3 ADOPTION D'UNE ATTITUDE ET D'UN COMPORTEMENT ADAPTÉS AU LANGAGE ET AU PARALANGAGE DU CLIENT

- Je pratique l'empathie

### 4 SÉLECTION DANS L'OFFRE COMMERCIALE DU OU DES PRODUITS CORRESPONDANT AUX ATTENTES DU CLIENT

- Je sélectionne le ou les produits dont les avantages produits intéressent mon client



- Je transforme les caractéristiques en langage client
- Je donne le produit au client (toucher, regarder, essayer, prendre en main...)

## 5 RÉALISATION DE DÉMONSTRATION(S)

### SI BESOIN EST

- J'argumente, j'effectue éventuellement une démonstration sur le produit et les produits complémentaires et services associés

## 6 TRAITEMENT DES OBJECTIONS

- Je trouve les arguments adaptés (oui, mais)

## 7 OBTENTION DE L'ACCORD DU CLIENT

- Je fais valider mes arguments par mon client (qu'en pensez-vous?, est-ce bien ce que vous recherchez?)
- Je détecte les clignotants d'achat (questions sur le futur, demande de remise...)

## 8 RÉALISATION DE VENTE(S) ADDITIONNELLE(S) ET/OU DE SERVICE(S) ASSOCIÉ(S)

- Encaissement
- Prise de congé

## 9 GESTION DES RELATIONS CONFLICTUELLES (IDENTIFICATION DE LA NATURE DE LA RÉCLAMATION, RECHERCHE D'UNE RÉPONSE POSSIBLE)

- Transmission de l'information au bon interlocuteur

## 10 DÉCELER LES POINTS FORTS ET LES POINTS FAIBLES DE LA PRESTATION EN VUE DE S'AMÉLIORER



# Le traitement des objections

Il n'est pas rare de se retrouver confronté à une personne qui ne va pas dans le même sens que vous, et qui ralentit la vente. Certains de vos interlocuteurs vous poseront des questions sur nos chocolats auxquelles il faut savoir répondre. Le guide de vente vous apporte déjà beaucoup d'éléments de réponses et arguments produits. Si les objections de vos interlocuteurs sont fortes, il faut s'y préparer, écouter avec intérêt et y répondre simplement.

MÉTHODE ART	MÉTHODE ECRAC
<p><b>A</b> : pour <b>Accepter</b>, certains diraient encaisser, l'objection exprimée par le client. Il se dispose alors à vous écouter ; au contraire si vous rétorquez « mais non pas du tout ! » vous le verrez immédiatement se bloquer.</p> <p><b>R</b> : votre <b>Réaction</b> doit être positive, vous lui souriez, le regardez franchement dans les yeux, ce qui n'est pas facile car le client met souvent l'accent sur une faiblesse du produit dont vous avez pleinement conscience, en somme il appuie là où ça fait mal.</p> <p><b>T</b> : Ensuite <b>Traitez efficacement ce frein, en questionnant</b> le client par exemple par une question du style « qu'est-ce qui vous fait dire ça ? », c'est cette technique qu'on utilise le plus souvent pour un client qui oppose « c'est cher ».</p> <p>Vous pouvez également compenser la faiblesse évoquée par un point positif fort du produit. <b>Apportez si vous le pouvez le bonus ou argument</b> c'est-à-dire l'élément qui avait attiré le client vers le produit.</p>	<p><b>E</b> : Pour <b>Écouter</b></p> <p><b>C</b> : pour <b>Creuser</b> « Vous êtes plus chocolat noir ou chocolat au lait ? » « En dehors du prix, que pensez-vous de notre offre de chocolats ? » « Qu'est-ce qui vous fait penser que nos chocolats sont trop chers ? »</p> <p><b>R</b> : pour <b>Reformuler</b> "Vous voulez dire que ces chocolats dépassent votre budget ? »</p> <p><b>A</b> : pour <b>Argumenter</b> Argumenter sur les bénéfices du produit, l'objectif est d'augmenter la valeur perçue par votre interlocuteur (voir ex ci-dessous)</p> <p><b>C</b> : pour <b>Conclure</b> Terminez en vérifiant : « alors finalement qu'en pensez-vous ? » sans donner l'impression de brusquer votre interlocuteur dans sa décision. Le client doit passer à l'acte d'achat en toute indépendance.</p>

OBJECTIONS DU PARTICIPANT	ARGUMENTS DU VENDEUR
<b>C'est quoi vos chocolats, c'est de la bonne qualité ?</b>	Oui tout à fait, ce sont des chocolats de très bonne qualité et aussi de fabrication française, sans huile de palme et le chocolat de couverture est 100% pur beurre de cacao. Vous retrouvez une large gamme de chocolats issus de l'Agriculture Biologique et/ou équitables labellisés Fairtrade / Max Havelaar.
<b>J'achète déjà des chocolats auprès d'un autre fabricant</b>	· Vous voulez dire que vous avez l'habitude de déguster d'autres chocolats ? Peut-être que vous pouvez tenter une petite commande pour mieux vous rendre compte de la qualité des chocolats Alex Olivier. Je comprends mais je vous propose d'acheter ces chocolats car cela permet également à notre association de financer un voyage en Italie (projet à développer) – en achetant dans le catalogue, vous faites une bonne action !





## Exemples d'objections avec arguments à apporter :

<p><b>J'ai du diabète.... Je ne dois pas manger trop sucré</b></p>	<p>Vous retrouverez dans ce catalogue une gamme de produits sans sucres ajoutés comme un coffret d'assortiment, des tablettes ou encore de la pâte à tartiner. Le goût est très proche gustativement...</p>
<p><b>Comment ça marche ? C'est pas trop compliqué pour récupérer mes chocolats ?</b></p>	<p>C'est simple et facile. Je prends note de votre commande et je peux venir vous la remettre dès sa disponibilité, quand vous voulez. C'est garanti, vous l'aurez avant Noël !          Vous commandez tranquillement depuis votre salon... et ensuite je me charge de tout !</p> <p><b>À noter :</b> Possibilité de livraison à domicile, moyennant frais de port, si l'option commandes individuelles est activée.</p>
<p><b>C'est trop cher vos chocolats !</b></p>	<p>Je vous l'accorde, cela peut représenter un certain budget.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· En achetant dans ce catalogue, mon association vous permet de bénéficier d'un tarif préférentiel avec le tarif spécial association. Ça vous permet d'avoir une remise de <b>20%</b> sur le prix public <a href="http://alexolivier.fr">alexolivier.fr</a>.</li> </ul> <p>Une bonne affaire et une bonne Action !          Notre prix est justifié à plusieurs titres :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Une reversion à l'association est effectuée pour financer notre projet (ne pas hésiter à le décrire)</li> <li>· Des chocolats de fabrication française</li> <li>· Des matières premières de qualité</li> <li>· Une large gamme est labellisée bio et/ou équitable Max Havelaar, un gage de consommation responsable, durable et solidaire.</li> <li>· Du chocolat de couverture <b>100%</b> pur beurre de cacao</li> </ul>
<p><b>C'est qui ces chocolats Alex Olivier, je ne connais pas...</b></p>	<p>La chocolaterie Alex Olivier est située dans le Loiret, proche d'Orléans, et a de très belles valeurs. Comme vous pouvez le constater, leur slogan c'est « Les chocolats du cœur » .          La chocolaterie souhaite contribuer à un monde plus solidaire, responsable et soucieux de son environnement, et je pense qu'on peut dire que c'est l'avantage de cette chocolaterie par rapport à ses concurrents.          Vous retrouvez une large gamme de chocolats issus de l'Agriculture Biologique et du Commerce Equitable.</p> <p>La chocolaterie est solidaire de l'association Mécénat Chirurgie Cardiaque qui opère des enfants malades du cœur, en étant partenaire du bateau Initiatives-cœur qui participe à des courses à la voile pour sauver ces enfants malades du cœur.          De plus, chaque année, à la saison de Pâques, la chocolaterie organise des ateliers pour les enfants à <b>2 €</b> seulement qui sont entièrement reversés à Mécénat Chirurgie Cardiaque.          En achetant nos chocolats vous faites un achat solidaire et généreux qui profite à tous !          La chocolaterie Alex Olivier propose un parcours de visite en plein coeur de ses ateliers où le visiteur peut découvrir tous les secrets de fabrication de ses chocolats.</p>



<p><b>J'ai déjà vu votre catalogue l'année dernière mais je n'ai pas commandé car je n'ai pas trouvé mon bonheur</b></p>	<p>L'offre de chocolats comporte pourtant de nombreuses recettes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· au chocolat noir ou au lait,</li> <li>· bio équitables ou conventionnelles,</li> <li>· des pâtes à tartiner fabriquées avec minimum <b>32%</b> de noisettes et sans huile de palme.</li> <li>· des produits sans sucres ajoutés.</li> </ul>
<p><b>Je ne mange que du noir, je n'ai pas l'impression que vous en proposez beaucoup ?</b></p>	<p>Si vous êtes un grand amateur de chocolat noir, on a l'offre pour vous :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Mendiants bio équitables, orangettes bio équitables, char'menthes bio équitables, coffret d'assortiment noir bio équitable, Char'menthes bio équitables, citronnettes bio équitables, boîte de griottes, tablette sans sucres...</li> </ul>
<p><b>C'est toujours les mêmes boîtes, à la fin ça me fait une collection de boîtes, j'en fais quoi moi ?</b></p>	<p>Le réemploi des boîtes est possible par toute la famille :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Dans l'atelier de papa ou papy pour les vis</li> <li>· Dans la salle de jeux des enfants pour les cartes Pokemon</li> <li>· Dans la chambre des petites filles, c'est la boîte à bazar idéale pour les chouchous, barrettes...</li> <li>· Dans la cuisine pour les élastiques</li> <li>· Dans la salle de bain pour les cotons,</li> <li>· Au bureau pour les trombones</li> <li>· Pour Noël, créez votre propre calendrier de l'Avent</li> </ul>
<p><b>Pour les enfants il n'y a pas beaucoup de choix...</b></p>	<p>Nous proposons une boîte à musique avec nounours à la guimauve, une boîte de langues de chat, un sachet de frites de Noël, une boîte aux lettres remplie de chocolats.... Et toujours nos incontournables : les papillotes du père Noël, la tablette à colorier, des pâtes à tartiner... soit plus d'une dizaine de produits pour les enfants !</p>

# Le traitement de votre commande groupée

## VENTE SUR CATALOGUE SANS BOUTIQUE EN LIGNE

Les prospects choisissent leurs chocolats dans le catalogue que vous leur avez distribué et remplissent leurs bons de commande (dernière page du catalogue). Recommandez-leur d'en faire profiter leurs amis et leur famille (grands-parents, oncles et tantes...).

Les vendeurs attachent à chaque bon de commande le chèque correspondant (à l'ordre de la FSE, MDL ou association habilitée à encaisser des règlements). Précisez que vous n'encaisserez les règlements qu'après la livraison des chocolats comme il est indiqué sur le bon de commande.

Prévoyez de remettre à chaque vendeur des reçus (disponibles dans les documents pratiques de votre espace organisateur), ce qui offrira aux clients une garantie de fiabilité parfaite, complété du tampon de l'établissement ou de l'association.

## VENTE SUR CATALOGUE ET VENTE EN LIGNE

Les clients passent commande en ligne et règlent par carte bancaire. Initiatives percevra les paiements CB pour votre association et les déduira de la facture à la fin de l'opération.

Dans le cadre de la boutique en ligne, les bons de commande web livrés à l'association s'ajoutent automatiquement aux bons de commandes catalogue.

**IMPORTANT :** pensez à imprimer les bons correspondants aux commandes passées sur internet pour votre distribution.



## Retour des bons de commande

Fixez un délai maximum pour le retour des bons de commande. L'idéal étant entre 8 et 10 jours. Au-delà d'un certain temps, les bons de commande et catalogues risquent d'être égarés ou oubliés. Prévoyez cependant un petit délai de 2 jours pour les retardataires. Indiquez précisément cette date sur les affiches et courriers remis aux prospects.

**À noter :** Gardez précieusement ces bons de commande, ils vous serviront lors de la distribution des chocolats.

## Le bon de commande récapitulatif

Une fois tous les bons de commande des clients récupérés, il vous suffit de remplir le bon de commande récapitulatif en comptabilisant l'ensemble des boîtes de chocolats commandés.

Solution « gain de temps » : **l'espace organisateur.** Pour éviter les erreurs, vous pouvez saisir vos bons de commande individuels sur Internet ([initiatives-chocolats.fr](http://initiatives-chocolats.fr)). Tous les calculs sont réalisés automatiquement.

Votre confirmation vous sera adressée par mail dès validation de votre commande.

**À noter :** Les commandes retardataires ne pourront pas être traitées en même temps que la commande principale et des frais de port seront de nouveau facturés. Aucune commande ne pourra être prise une fois passée la date limite de clôture de l'opération, **le 21 novembre 2024.**



## Grâce à l'option commandes individuelles, l'action continue

Même après la validation de votre commande groupée, vos bienfaiteurs retardataires peuvent continuer à passer commande sur votre boutique en ligne même après la date butoir du **21 novembre 2024**. La livraison s'effectuera directement à leur domicile ou en point relais moyennant des frais de port.

A la fin de l'opération, vous recevrez un virement sur le compte bancaire de l'association correspondant à une commission de **18%** du montant des ventes sur le compte bancaire de l'association que vous aurez indiqué dans votre Espace Organisateur.

## Livraison et distribution de votre commande groupée

---

La livraison des chocolats interviendra avant Noël. Un e-mail vous sera envoyé dès que votre commande sera remise au transporteur.

### Votre kit distribution

Pour faciliter la distribution des chocolats, nous vous fournissons avec votre commande :

- un guide **pratique** pour réussir votre inventaire
- des **étiquettes** distribution pour répertorier les produits
- des **sacs** de distribution

### La vérification de votre commande groupée

Lors de la réception, il est important de vérifier que votre commande soit complète à l'aide du bordereau de livraison.

Nous vous conseillons de regrouper les chocolats par référence et, à l'aide de votre bordereau de livraison, de vérifier que rien ne manque (cf. guide pratique).

Si toutefois, malgré tout le soin mis dans la préparation des commandes, vous constatez une anomalie, n'hésitez pas à nous en faire part au **02 43 14 30 00**. Nous acceptons les réclamations (produits défectueux ou manquants) sous **24 à 72** heures après récupération de votre commande. Attention, une seule réclamation pourra être prise en compte pour une même commande (pointez bien tous les produits avant d'appeler).

### La distribution des chocolats

Dans l'un des cartons reçus, vous trouverez des sacs solides à soufflet, spécialement prévus pour la distribution des chocolats, il vous suffit de reprendre chacune des commandes individuelles qui vous a été confiée et de remplir le sac avec les quantités et boîtes voulues.

Agrafez ensuite le bon de commande (qui comporte le nom du destinataire) à l'intérieur du sac. Notez en grand le nom du destinataire sur le sac pour faciliter la remise. Il ne reste plus qu'à le remettre à son propriétaire soit directement, soit par un intermédiaire.

Si vous avez opté pour un paiement à la livraison de commande, il vaut mieux remettre chaque sac au client en échange de son règlement. Cela vous évitera de devoir courir après les étourdis plusieurs semaines après la fin de l'opération.

Pensez à rappeler les conditions de conservation des chocolats pour que les chocolats gardent toute leur saveur (p.13).



## Règlement de la commande groupée

Quelques jours après la réception des chocolats, vous recevrez par courrier et par mail votre facture qui correspondra à la somme collectée moins vos bénéfices (de 25% à 30%) plus la participation aux frais de port (30 €).

Dans le cadre de l'ouverture d'une boutique en ligne : si le cumul des paiements CB perçus des commandes web dépasse le montant dû sur la facture Initiatives, l'excédent sera reversé par virement sur le compte bancaire de votre association.

Le calcul de vos bénéfices s'effectue comme suit :

TOTAL DE VOTRE COMMANDE GROUPEE	Jusqu'à 3999€	≥ 4000€	≥ 6000€	≥ 8000€	≥ 9000€	≥ 10 000€
VOTRE BÉNÉFICE EN %	25%	26%	27%	28%	29%	30%

Exemple :

Chocolats vendus : 2200€ via le web + 600€ via le catalogue = 2800€

Bénéfices : 2800€ x 25% = 700€ (hors frais de port)

Reste dû à Initiatives : (2800€ - 700€) + 30€ (frais de port) = 2130€

Reste dû inférieur au montant commande web = 70€ seront versés par virement sur le compte de l'asso par Initiatives.

Merci de bien vouloir libeller votre chèque de règlement au nom de «Initiatives-Chocolats» et d'indiquer le N° de facture au dos (ou de joindre une copie de la facture).

## Le bilan

N'oubliez pas de préparer un bilan de l'action chocolats pendant que vous avez encore toutes les informations en tête. Il comprendra les résultats de la vente, ce à quoi vous destinez les bénéfices ou à quoi ils ont servi... De plus, les élèves apprécieront de voir concrètement les résultats de l'action. Vous pouvez, par exemple, faire une exposition photos si les fonds ont servi au financement d'un séjour pédagogique ou déplacement sportif. Ou bien vous pouvez distribuer un petit mot de remerciement en indiquant ce à quoi va servir ou a servi la somme récoltée.

Nous mettons à votre disposition un document type dont vous pourrez vous inspirer sur initiatives-chocolats.fr.


### Un challenge pour les meilleurs vendeurs

**Notre conseil :** Vous avez tout intérêt à programmer un événement, sous la forme d'une cérémonie par exemple, avec remise des diplômes et des récompenses dans le cadre du challenge. (voir p.16)

A cette occasion, vous pouvez réaliser un powerpoint avec tableaux qui récapitulent d'une part le chiffre d'affaire total avec toutes les références et produits commandés. D'autre part, vous pouvez présenter un tableau récapitulatif avec classement de vos vendeurs dans un ordre croissant ou décroissant du Chiffre d'affaires généré, associé à chaque vendeur.

**À noter :** L'ATTRIBUTION DES CADEAUX EST BASÉE SUR LE MONTANT TOTAL DE VOS VENTES. Nous tenons compte à la fois des commandes groupées et des commandes individuelles livrées directement aux bienfaiteurs. Le calcul final se fera à la fin de l'opération en janvier 2025. Vos cadeaux vous parviendront juste après.





TOUTE L'ÉQUIPE  
D'INITIATIVES CHOCOLATS  
VOUS SOUHAITE PLEIN  
DE RÉUSSITE DANS VOS PROJETS  
ET DANS VOTRE VENTE DE CHOCOLATS

**initiatives**.fr  
CHOCOLATS

Initiatives-Chocolats,  
10 avenue Georges Auric 72021 Le Mans CEDEX 2.

En partenariat avec

**Alex Olivier**  
LES CHOCOLATS DU CŒUR