

International Pet Conference

Des échanges fructueux

La deuxième édition de l'International Pet Conference a éclairé ses participants sur différents sujets d'actualité tels que les nouveaux concepts de magasins spécialisés, le développement durable, l'animalerie en Europe de l'Est...



International Pet Conference

Les 13 et 14 novembre 2008 à Amsterdam, 160 acteurs de l'animalerie européenne et mondiale ont participé à la deuxième édition de l'International Pet Conference. A l'initiative de Dähne Verlag, l'éditeur de la revue professionnelle allemande *Pet in Europe*, cette conférence s'est déroulée sous la forme d'une vingtaine de présentations effectuées par des distributeurs et des industriels européens ainsi que des intervenants spécialistes du marketing et de la communication.

Un nombre de magasins important comparé à la France

Plusieurs enseignes d'animalerie sont venues expliquer leur concept. On retiendra de ces présentations d'enseigne leur nombre de magasins pour le moins impressionnant comparé à ce que nous connaissons en France. L'allemand Fressnapf, représenté par son manager Torsten Toeller, qui a reçu le prix du détaillant de l'année, compte ainsi plus de 700 animaleries franchisées en Allemagne et plus de 250 en Europe. En 2008, son réseau a dépassé le milliard d'euros de chiffre d'affaires. Le néerlandais

Pet's Place, appartenant au groupe IJsvogel Group, relève 195 magasins franchisés générant un chiffre d'affaires de 200 millions d'euros.

Soit environ un quart de la vente de produits pour animaux de compagnie aux Pays-Bas. IJsvogelGroup développe également des magasins à l'international et plus particulièrement en Espagne, à travers la société Pet's Place Spain. Il est également présent sur le segment de l'animalerie en tant qu'actionnaire de deux enseignes de magasins agricoles, BoerenBond et Welkoop (groupe Agri Retail), qui sont représentées par 280 magasins aux Pays-Bas. Pet's Place développe son propre site Internet dédié aux animaux de compagnie, Dierz.nl, ainsi qu'un magazine, *Wraf*, destiné au grand public. « Notre site nous permet de créer une base de données conséquente de propriétaires d'animaux de compagnie », souligne Ard Malenstein, directeur de Pet's Place.

Trente ouvertures pour Arken Zoo

Créée en 1993, l'enseigne suédoise Arken Zoo inventorie 45 magasins franchisés. Elle annonce, par son directeur Lars Bergkvist, une progression de son chiffre d'affaires de 40 % en 2008 et un programme d'ouvertures de 30 nouvelles unités cette année. Lorsqu'on sait que la Suède ne dénombre qu'1,6 million de chats et 1,1 million de chiens, ce programme d'ouvertures a de quoi surprendre et ne peut que mettre en évidence le retard de nos enseignes d'animalerie françaises en ce qui concerne le nombre de points de vente. Dans sa présentation du marché français de l'animal de compagnie, Olivier Sillion, directeur général d'Animalis, a rappelé qu'il existait en France 26 000 points de ventes concernés de près ou de loin par la vente de produits destinés aux animaux de compagnie, dont moins d'une centaine d'animaleries spécialisées sous enseigne. « Nous comptons bien faire progresser ce nombre dans les prochaines années. C'est un objectif prioritaire pour nous », a-t-il souligné. Nous retiendrons également de ces présentations, la collaboration outre-Rhin entre Kölle Zoo et Fressnapf, deux enseignes aux concepts pourtant totalement opposés, qui ont su mettre leur savoir-faire en commun. Positionnée sur un principe de magasins haut de gamme privilégiant la présentation des animaux sur des surfaces de vente importantes, Kölle Zoo (7 magasins en Allemagne à la fin 2008) est aussi depuis 2001 un franchisé de Fressnapf (18 magasins), une marque discount. Les magasins sont implantés sur les mêmes zones de chalandise. Toutes les unités Kölle Zoo incluent dans leur offre les 400 produits à marque propre de Fressnapf. L'enseigne Kölle Zoo a également beaucoup insisté sur la dimension pédagogique de son concept. Elle organise de nombreuses visites d'écoles dans ses magasins.

Le développement durable, un chantier de taille

L'International Pet Conference a mis en avant la prise en compte du développement durable pour

« L'enseigne Pet's place, qui compte 195 magasins aux Pays-Bas, déploie son concept en Espagne. »

les entreprises du secteur. Le chantier est de taille, aussi bien pour les détaillants que pour les industriels. Pour les détaillants, la priorité concerne la traçabilité des animaux. Le meilleur moyen d'assurer une traçabilité optimum étant, selon plusieurs intervenants, de constituer ses propres élevages d'animaux. Du côté des industriels, le Dr Jean Harper, directrice de la nutrition et du développement durable chez Mars PetCare Europe, a évoqué l'utilisation du poisson en tant que protéines dans la fabrication des aliments préparés. Rappelant que 90 % des réserves de poissons seraient épuisées d'ici à 2050 si nous conservions notre rythme de pêche actuel, elle a précisé que 100 % des protéines de poissons utilisées dans les aliments de Mars PetCare Europe proviendront d'une pêche durable d'ici 5 ans.

A l'Est, un marché en plein développement

Le potentiel des pays de l'Est était le troisième gros thème abordé lors de ces rencontres. Erik Lambrecht, responsable de la distribution de la société Versele Laga, est venu rappeler que la distribution animalerie de ces pays se composait d'abord de petits magasins (souvent de moins de 50 m²) où l'on trouve de nombreux aliments vendus en vrac et à la pesée. Les magasins spécialisés réagissent à la présence de plus en plus prononcée des grands noms de la distribution alimentaire mondiale tandis que des grossistes ouvrent leurs propres magasins.

C'est le cas de l'enseigne roumaine Animax. Créée en 2001, elle compte 14 animaleries en franchise dont 5 à Bucarest. L'entreprise Pet Product, qui développe Animax, va se doter d'un troisième entrepôt. « Nous avons un programme annuel d'ouverture de 5 à 6 magasins », souligne Cristi Pop, directeur de Pet Product. Ivan Antonov, directeur de Miazoo grossiste, qui a débuté par la création d'une petite animalerie à Varna, en Bulgarie, est venu présenter le marché de son pays. Soulignant la forte part des importations dans la constitution de l'offre locale, en particulier venant de Chine, il a insisté sur le développement du marché des petits mammifères dans le pays ainsi que le début de celui de l'aquariophilie marine. Evoquant la Russie et l'Ukraine, Boy Tadsen, responsable de l'export chez Karlie Heimtierbedarf, est venu rappeler que ces pays ne constituaient pas encore des marchés comparables à ceux du reste de l'Europe. Le stockage y est très cher et la logistique est à appréhender comme un véritable challenge à relever. ■



Torsten Toeller, directeur de l'enseigne Fressnapf (au centre) et son équipe, ont reçu le trophée du détaillant de l'année remis par Ralf Majer-Abele, rédacteur en chef de la revue Pet in Europe (à droite)

(Remis par:
Chambre de Commerce
Luso Française)



Nouveaux Produits

aquaFashion

L'harmonie parfaite



AQUA CUBIC

La forme suit le style



Fabricant:

AQUARIUM
aquatlantis

info@aquatlantis.pt

Distribution:
France, DOM TOM et Benelux
ademeester@nordnet