

Le goûteux marché de la croquette et de la pâtée

Le secteur de l'industrie alimentaire animale connaît une augmentation de ses recettes de 4,6 % par an.

Ce sont mes enfants". Derrière ses mots, Pierre ne cache pas son admiration pour ses deux American Staffordshire. Tous les 15 jours, il se rend au Maxi zoo de la Valentine à Marseille, pour répondre aux besoins de ses petits protégés. Après un court passage dans l'animalerie, le quadragénaire revient avec le précieux sésame : des croquettes qui attirent inéluctablement la curiosité des chiens qui sortent de la voiture et manifestent leur joie. Comme Pierre, les clients défilent au compte-gouttes à l'animalerie. Malgré l'inflation et la hausse des prix, les amoureux des animaux ne semblent pas faire de concession au moment de passer à la caisse. "Je n'ai pas le choix pour la litière japonaise que je souhaite. Les alternatives ont un impact sur la qualité. En revanche, dépenser 150€ par mois pour la litière, les croquettes et nourritures humides de mon Malinois et de mon chat, c'est un budget", admet Maxime. Ce constat est partagé par Valérie, qui essaye néanmoins, de réaliser des bonnes affaires. "Je viens trois fois par mois. J'ai pris du foin pour les lapins à 7€50 le kg mais j'ai profité d'une promotion à 12€ pour 2 kg", se réjouit-elle. Maxi zoo a déployé une politique globale pour contrer les effets de l'inflation. "On observe que les habitudes de consommation changent depuis quelques mois.

Ils privilégient l'alimentaire au détriment des accessoires et jouets", précise Dimitri Arsale, responsable communication de l'animalerie. Ces habitudes sont autres sur la plateforme de vente en ligne Ooba Ooba, fondée à Aix-en-Provence, en 2021 par Maxime Pinoit et Brice Plesiez. Si le panier moyen reste de 65 €, ce qui correspond au prix d'un sac, "les gens vont vers les gammes les moins chères. Mais on reste dans la qualité avec un début en premium", déclare Maxime Pinoit, en ajoutant que "suivant les marques on a pu voir des augmentations de 7 à 40 %." C'est pour cette raison que certains clients font des réserves de "5 à 6 sacs d'un coup au moment des promotions."

D'ailleurs, pour attirer les clients, chez Maxi zoo, "on limite les prix au maximum. On propose des opérations promotionnelles tous les mois. On a également mis en place un dispositif avec notre application mobile qui permet d'obtenir 5% de réduction sur chaque achat toute l'année." Une approche qui rencontre un certain succès. Maxi zoo a enregistré une

Si Maxi zoo a connu une hausse de son chiffre d'affaires de 25 % entre 2021 et 2022, la plateforme de vente en ligne Ooba Ooba, connaît une croissance à deux chiffres chaque mois.



Pour attirer les consommateurs, les acteurs de l'industrie alimentaire animale débattent tout un arsenal de stratégies : promotion, diversification des références, l'argument du made in France, application mobile.

/PHOTO FMO

hausse de 25% du chiffre d'affaires entre 2021 et 2022 et une progression de la fréquentation. "Il y a une augmentation des passages en caisse. On ouvre beaucoup de magasins, avec une quarantaine de points de vente par an", indique Dimitri Arsale. Pour faire face aux discompters, Kokoon parie sur "la digitalisation. La formation des employés est aussi très précise", assène Nicolas Mourrier, nouveau dirigeant de l'entreprise varoise, qui va doubler ses points de vente. Ooba Ooba met en avant "le bien-être animal, les petits artisans, le made in France. C'est ce qui nous diffé-

rencie des six leaders du marché", reprend Maxime Pinoit, en soufflant qu'ils "ont une croissance à deux chiffres tous les mois. Pour l'instant on cumule 25 000 références uniques, mais on passera à 50 000, 60 000 et à plus de 300 vendeurs d'ici fin juin." Une dynamique supérieure à celle du secteur et qui pousse la société à s'élargir "aux consommateurs et vendeurs de l'Union européenne." Cette industrie ne connaît pas la crise, d'après le sociologue et chargé de recherches au CNRS, Jérôme Michalon. L'alimentation animale "a explosé depuis les années 60. Le tour de force de ces sociétés est d'avoir défendu l'idée qu'il fallait une nourriture spécifique. Avant on donnait nos restes." L'argumentaire est bien rodé : "si vous aimez votre animal, donnez-lui la meilleure alimentation possible."

Lorenzo HASNI et Margot FOURNIE

NOS BÊTES, STARS DE RÉSEAUX SOCIAUX

"Moi, sur Insta et sur Facebook, je ne regarde que des vidéos d'animaux"... Une remarque qui a bien fait rire les camarades de Virginie. Et pourtant, chat, chien, cheval, cochon ou vache, sans oublier les lapins, les bêtes sont de plus en plus nombreuses à posséder une page Facebook ou à s'inviter sur d'autres réseaux sociaux. Si on y voit malheureusement des scènes de violence ou des trafics d'animaux sauvages, désormais traqués par des enquêteurs spécialisés ou si certains propriétaires utilisent leur ami à poils ou à plumes en le faisant danser ou en le déguisant pour faire du business, c'est aussi le moyen pour les associations de protection des animaux de lutter contre les maltraitances, à l'image de L214 ou encore de la SPA. De plus en plus d'influenceurs prennent parti. C'est le cas de la youtubeuse Enjoyphoenix (6 millions de personnes sur Instagram, 4 millions sur Youtube...) qui a signé plusieurs partenariats avec des associations comme la SPA, pour sensibiliser son public à la cause animale. Les réseaux sociaux permettent également à des particuliers de créer une communauté et d'échanger des conseils et astuces, à l'image de La Dure Vie du lapin urbain où l'on trouve des infos pratiques sur l'adoption, l'éducation, le comportement, l'alimentation, le bien-être, la santé ou la prévention. Même chose sur le site L'eden des pattoues ou de Rabbits world. Au-delà de vidéos de contenus animaliers mignons qui nous mettent de bonne humeur le matin, comme les aventures de Layla the boxer et de son acolyte Luna ou d'Hugo, the Golden Retriever, c'est aussi le moyen de faire passer des messages plus politiques comme loveyoustepan, le chat ukrainien, devenu une véritable star. Et un porte-drapeau.

G.V.L.

BRUNO AMOROSINO

Un parcours d'éleveur qui a du chien

"Là c'est Usual suspect. Là c'est Ugo boss ce qui n'était pas mon idée", s'amuse Bruno Amorosino, en désignant deux de ses chiots. Des Yorkshire terrier Loof âgés de quelques mois, à qui il est en train "d'apprendre à vivre avec les bruits de la maison" en vue de leur adoption. Car le Marseillais, fondateur du chenil de l'Elpazeor, est un "sélectionneur" de chien. Une passion pour la génétique qui a débuté alors qu'il avait 16 ans. "Mon grand-père adorait les oiseaux. Je pense que ça vient de lui si j'ai commencé à élever des poules d'ornements, des cana-



Bruno Amorosino ne comptait pas se lancer en compétition, mais il s'est pris au jeu, a appris à toiletter les chiens.

Pour avoir un chien avec un beau pedigree, les prix débutent à 1500 € selon le sélectionneur.

ris", confie-t-il. À 20 ans, il se tourne vers les canidés, d'abord vers les Lhassa Apso, puis vers les Yorkshire en 1997 pour deux raisons : "j'ai grandi avec des chiens de cette race et j'ai rencontré Marie-Thérèse Gerard, de l'élevage de Penghibur, une des premières à avoir des champions du monde." La dame le prend sous son aile, le forme. Dans la foulée, il débute les concours de beauté et rapidement ses

chiens gagnent partout. TNT Dynamite a été Best in show à sa première sortie en France en 2004. Il a été bis multiple champion (titre officiel). C'était beau", s'enthousiasme encore Bruno Amorosino. Tout cela est dû à beaucoup de travail, d'attention portée "au génotype. C'est le pedigree qui m'intéresse". Une sélection de fin limier, loin de la surproduction, ce qui évite à ses protégés faiblesses du dos, des rotules, manque de dents. L'infirmer en libéral insiste sur le fait qu'il ne "vit pas de ça. Je le fais pour le fun. C'est aussi ma

soupage de décompression par rapport à mon travail." Et le résultat est bien là. Ses petites boules de poils, vives avec "un tempérament de feu", attendrissent les célébrités comme le Prince Albert de Monaco. Mais du haut de ses quarante ans d'expérience, Bruno Amorosino réfléchit à "arrêter les compétitions. J'y ai passé trop de temps et d'argent. Il en faut pour les expositions prestigieuses, notamment à New York." De ces années, il gardera ses York et ses amitiés "avec les gens exceptionnels que j'ai rencontrés." Margot FOURNIE

GRIZZIE, 8 ANS, LAPIN NAIN

S'occuper d'un lagomorphe prend du temps et cela a un certain coût

En 2005, à la suite d'un petit souci médical, Isabelle a voulu faire plaisir à son fils, désireux d'avoir un compagnon à quatre pattes. Mais absente la journée et rentrant tard le soir, un chien, ce n'était pas possible... Chocolat, un lapin Bélier est alors arrivé dans leur vie. Une aventure de dix ans et demi, avec des doutes et des questionnements, sachant que les sites internet spécialisés n'étaient pas légion à l'époque... Et puis, il y a eu Mini et aujourd'hui Grizzie, qui fêtera ses 9 ans en juillet. Alors comment expliquer cette longévité ? Par des soins réguliers, une attention particulière, car aussi extravertis et dynamiques, curieux et intelligents qu'ils soient, ces lagomorphes sont des animaux vulnérables. Pour leur bien-être et éviter certaines maladies, il faut prévoir de les stériliser (140 euros en moyenne) ou de les castrer (80 euros environ). À la cage, il est préférable de leur aménager un parc modulable ; au biberon d'eau, une petite écuelle pour éviter une position sur le long terme, pouvant entraîner des troubles musculo-squelettiques. Pour mémoire, les lapins sont des herbivores, bref de l'herbe, du foin, des légumes et certains fruits, ainsi que des granulés leur suffit. "Tous mes lapins étaient fans d'endives, se remémore cette quinquagénaire. C'est également le cas de Grizzie, à raison d'une endive par jour (comptez 3,29 € environ le sachet de 5-6, soit un kilo), accompagnée de quelques morceaux de carottes. Mais le péché mignon de ces boules de poil, c'est le foin. Et là quand j'en trouve, je privilégie le foin de Crau (près de 9,60 € le sachet de 1,4 kg) sur Rabbits world ou le foin de prairie (7,49 € le kilo) chez Maxi zoo. C'est un vrai, un lapin à un certain coût. Il ne faut pas oublier la litière de bois que je remplace tous les jours. Le paquet de 4,4 kg (7,99 €) dure environ 8 jours. Le paquet de granulés Menu vital de Vitacraft revient à 5,99 € (800 g) et 14,20 € les granulés Selective sans céréales (Rabbits world)." L'heureuse propriétaire avoue avoir de la chance car son petit animal n'a jamais été malade : "Mais il faut savoir qu'un lapin doit être vacciné chaque année pour éviter certaines maladies, qu'il faut lui couper les griffes régulièrement et vérifier que les dents sont bien limées. En règle générale, le foin suffit." N'oubliez pas que ces petites bêtes mignonnes adorent ronger plinthes, fils électriques, pieds de chaise et autres canapés. Mieux vaut donc leur associer un congénère pour vivre plus sereinement. Certains apprécient les câlins, d'autres beaucoup moins... Et on n'achète pas un lapin pour s'en débarrasser ensuite dans la nature ou sur la route.

Généviève VAN LEDE

Grizzie, bientôt 9 ans, adore les endives.

/PHOTO G.V.L.

