



La gamme Vetocanis propose désormais des produits bio.

AGROBIOTHERS

LA MARQUE VETOCANIS SE RENOUVELLE

Vetocanis, la marque du groupe français AgroBiothers, dédiée à l'hygiène et aux soins des animaux de compagnie, se renouvelle et propose désormais une gamme complète.

dernier, son offre s'est enrichie de nouvelles gammes bio et zen, d'un site internet dédié et d'un plan de communication digital. Vetocanis propose désormais une offre complète d'antiparasitaires externes, de produits d'hygiène, de soin du poil et d'éducation à des prix attractifs. Pour ses antiparasitaires externes, elle a obtenu, en avril dernier, l'AMM (autorisation de mise sur le marché) au niveau européen réservée aux produits biocides, garantissant leur efficacité et leur non-toxicité pour

l'environnement et les animaux de compagnie. La relance de la marque s'accompagne, dans les magasins, de la création d'un espace spécifique destiné à accroître la lisibilité des produits et à faciliter le choix des consommateurs. Afin de poursuivre son ambition de devenir une des locomotives du secteur de l'hygiène et du soin pour animaux de compagnie, dont elle estime le potentiel de croissance annuel à 10 %, l'entreprise n'exclut pas des acquisitions ciblées dans ce segment de marché. ■



Un shampoing au pamplemousse pour les chiens à poil court.

Basée à Cuisery, en Saône-et-Loire, AgroBiothers emploie plus de 250 personnes, fabrique et distribue 4 000 références de produits de petcare et d'accessoires pour animaux de compagnie dans une vingtaine de pays européens, et ce à partir de trois sites de production, de deux pôles logistiques et d'un laboratoire de recherche, d'innovation et de développement intégré. En 2018, l'investisseur Gimv est devenu l'actionnaire majoritaire de l'entreprise. Sous la direction de son nouveau président et CEO, Matthieu Lambeaux (voir encadré), le groupe ambitionne de doubler son chiffre d'affaires dès 2023 (de 65 à 130 M€), via une croissance organique, en redéployant ses marques dédiées à l'hygiène et aux soins (Vetocanis), au bien-être et aux accessoires (Tyrol et Aimé). Elle compte mettre un accent tout particulier sur des gammes écoconçues et bio, et ce en veillant à ce que les prix restent accessibles pour le consommateur. « Nos résultats avec la marque Vetocanis (+40 % de croissance) et nos plans avec les marques Tyrol et Aimé pour fin 2020 sont très prometteurs », souligne Matthieu Lambeaux. La marque Vetocanis est distribuée dans le circuit alimentaire depuis plus de 20 ans. Ses produits sont fabriqués à Soultz, dans le Haut-Rhin, et elle est la première des marques relancées par le groupe Agrobiothers. En juin

MATTHIEU LAMBEAUX, expert en développement et transformation des marques



Matthieu Lambeaux, président et CEO du groupe AgroBiothers, a débuté sa carrière en 1994 chez Unilever (groupe agroalimentaire, ex-Bestfoods), puis Campbell Soup Company, au poste de directeur marketing. En 2001, il intègre le groupe Findus, toujours en tant que directeur marketing. Il devient directeur général de Findus France en 2005, et c'est dans ce cadre qu'il initie la suppression de l'huile de palme, en 2009, et la pêche responsable certifiée MSC, en 2007. En 2011, il crée Findus Europe du Sud et en devient le CEO. En octobre 2015, Matthieu Lambeaux est nommé président de St Mamet, leader des fruits transformés en France. Entre 2018 et 2020, il pilote l'entrée sur le marché de l'ultra-frais du groupe coopératif D'Aucy, via l'acquisition de La Fraîcherie.