

VENTES DE PRODUITS ANTIPARASITAIRES EXTERNES

# LA CLARTÉ EST DE MISE

Insecticides ou insectifuges, pipettes, colliers, shampoings, poudres... le client d'un magasin spécialisé peut se sentir rapidement perdu devant la multiplicité des produits qui lui permettent de lutter contre les puces et les tiques qui parasitent son chien ou son chat. Une clarification s'impose. Par É. L.

**D**ans le linéaire des produits antiparasitaires externes (APE) pour chiens et chats, il est avant tout indispensable de distinguer les solutions insecticides et insectifuges, car ils n'ont pas les mêmes propriétés. En effet, un produit insectifuge se contente de repousser les

parasites alors qu'un insecticide les élimine. Selon les données de la société d'études Kynetec, les

Les jardinerie ont réalisé, en 2016, 41,2% de l'ensemble des ventes d'APE du circuit spécialisé.

insectifuges représentaient, en 2016, 14,9% des ventes d'APE

dans les magasins spécialisés (jardinerie, animalerie, libres-services agricoles, grandes surfaces

de bricolage), contre 72,3% aux insecticides et 12,8% aux produits

de traitement de l'environnement (foggers) qui permettent de désinfecter les lieux et objets utilisés par les chiens et les chats.

## Les chiens d'abord

Ensuite, le rayon des antiparasitaires externes doit distinguer clairement chaque espèce animale





L'ensemble de la gamme Frontline antiparasitaires de Boehringer Ingelheim (Combo, Tri-Act, Spot-On, Spray) présente le même packaging, facilitant le repérage de la marque et le choix dans le rayon.



Sur le dos d'une boîte de Frontline Combo de Boehringer Ingelheim pour chats, une information lisible et bien organisée.

ciblée et rappeler, d'une façon bien visible, que les produits pour chiens ne doivent pas être utilisés pour le traitement des chats, et inversement. En 2016, toujours selon Kynetec, les chiens ont généré 46 % des ventes d'APE du circuit spécialisé, contre 28,7 % pour les chats et 25,3 % pour les produits de traitement de l'environnement communs aux deux animaux.

### Pipettes et colliers

Enfin, les différentes formes galéniques des produits mis en vente doivent, elles aussi, être segmentées distinctement. En effet, les produits antiparasitaires externes vendus dans les magasins spécialisés peuvent se présenter sous forme de pipettes à appliquer sur l'animal, soit entre les deux omoplates (« spot-on »), soit le long de la colonne vertébrale (« line-on »). Selon les données de Kynetec, les

pipettes représentaient 52 % des ventes d'antiparasitaires externes du circuit spécialisé en 2016. Les autres types de produits les plus vendus dans les magasins spécialisés le sont sous la forme de colliers (19 %) et de sprays (15 %). Une nouvelle forme galénique, les comprimés à faire avaler à l'animal, a récemment fait son apparition, mais ces comprimés sont vendus exclusivement dans le circuit vétérinaire (voir encadré).

### Les jardinerie en tête

Les chiffres de l'étude réalisée par Kynetec indiquent que les jardinerie sont les plus gros vendeurs de produits antiparasitaires externes du circuit spécialisé. Elles



Chez Francodex, un insecticide pour l'environnement avec une aide à l'achat, sur le facing du produit, facilitant le choix du client.

## LA VOIE ORALE DANS LE CIRCUIT VÉTÉRINAIRE

Selon les données de Kynetec, les produits antiparasitaires externes vendus sous forme de comprimés ont représenté, en 2016, 63,3 % des ventes de ce type de produits dans les cliniques vétérinaires, qui sont les seules à pouvoir les commercialiser. Les chiens ont généré 71,9 % de ces ventes (180 millions d'euros), contre 13,9 % pour les chats (34,7 millions d'euros) et 14,2 % pour les produits de traitement de l'environnement (35,4 millions d'euros) qui s'utilisent à la fois pour les chiens et les chats.

ont capitalisé, en 2016, 41,2 % de l'ensemble des ventes d'APE de ce circuit de distribution. Elles devançant nettement, dans ce domaine, les libres-services agricoles, qui totalisent tout de même un honorable 25,9 % des ventes du circuit spécialisé, grâce à leur clientèle de propriétaires de chiens de chasse. Les animaleries se situent juste derrière les libres-services agricoles, et s'octroient 23,1 % des ventes d'antiparasitaires externes du circuit spécialisé, devançant les grandes surfaces de bricolage (9,8 %).

### Développer le hors rayon

L'achat d'un produit antiparasitaire externe ne se fait pas par impulsion. Une étude commandée par un industriel du secteur soulignait, il y a quelques années, qu'au sein du rayon des antiparasitaires externes, 96 % des acheteurs avaient programmé leur achat. En revanche, nombre de clients des magasins spécialisés ne savent pas encore que leur

jardinerie, leur libre-service agricole ou leur animalerie proposent ce type de produits. C'est pourquoi développer son offre d'APE hors rayon, en tête de gondole, par exemple, est un bon moyen pour les magasins spécialisés de rappeler à leur clientèle qu'elle peut aussi y trouver ce type de produits. Les grandes marques d'antiparasitaires externes proposent aujourd'hui des podiums clés en main présentant un large choix de produits avec un dispositif d'information sur le lieu de vente qui donne de nombreux conseils aux clients. Le packaging des produits est lui-même de plus en plus didactique et indique les éléments essentiels aux possesseurs de chiens et de chats pour affiner leur choix. ■



Lors du salon Game Fair 2017, l'entreprise Bayer répondait en direct aux questions de ses clients chasseurs concernant son collier antiparasitaire, Seresto.

## UN MARCHÉ DE PRÈS DE 100 MILLIONS D'EUROS

Selon les données de l'étude Prom'animal 2016, les ventes de produits antiparasitaires externes pour chiens, à la fois dans les points de vente spécialisés et dans les grandes et moyennes surfaces alimentaires (hypermarchés, supermarchés), représentaient un marché de 63 millions d'euros. Pour les chats, ces ventes représentaient, dans ces mêmes circuits de distribution spécialistes et généralistes, un marché de 30 millions d'euros.